

**PENGEMBANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI  
KLINIK HEWAN MITRA SATWA  
SAMARINDA - KALIMANTAN TIMUR**

**TUGAS AKHIR KARYA SENI  
(TAKS)**

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan

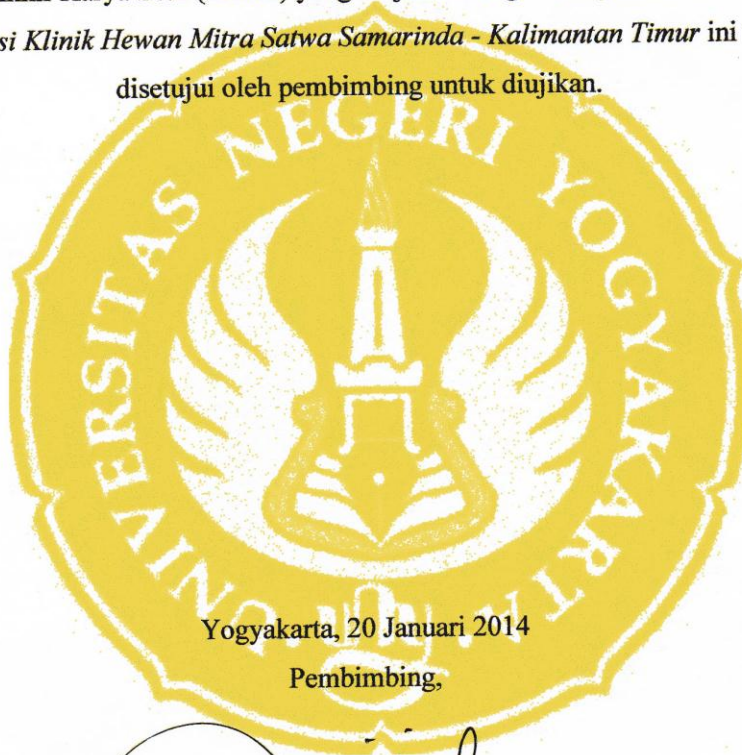


Oleh  
**Zheitta Vazza Devi**  
NIM 09206241009

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA  
JURUSAN PENDIDIKAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2014**

## PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) yang berjudul *Pengembangan Desain Media Promosi Klinik Hewan Mitra Satwa Samarinda - Kalimantan Timur* ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 20 Januari 2014

Pembimbing,





Zulfi Hendri, M.Sn

NIP 197505252001121002

## PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) yang berjudul *Pengembangan Desain Media Promosi Klinik Hewan Mitra Satwa Samarinda-Kalimantan Timur* ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 10 Februari 2014 dan dinyatakan lulus

### DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Drs. Mardiyatmo, M.Pd.	Ketua Penguji		10 Februari 2014
Eni Puji Astuti, S.Sn., M.Sn.	Sekretaris Penguji		10 Februari 2014
Drs. R. Kuncoro Wulan D, M.Sn.	Penguji Utama		10 Februari 2014
Zulfi Hendri, S.Pd., M.Sn.	Penguji Pendamping		10 Februari 2014

Yogyakarta, 10 Februari 2014

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



  
Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.

NIP 19550505 198011 1 001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Zheitta Vazza Devi  
NIM : 09206241009  
Program Studi : Pendidikan Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri  
Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 20 Januari 2014



Zheitta Vazza Devi



## **PERSEMBAHAN**

Untuk  
orang tua dan adikku tercinta,  
semua keluarga besarku di Jawa, Sumatera, Kalimantan Timur, dan Australia,  
almamaterku, Universitas Negeri Yogyakarta,  
serta masyarakat, bangsa, dan negaraku.

## **MOTTO**

Sesali masa lalu karena kegagalan dan kesalahan, tetapi jadikan penyesalan itu sebagai senjata untuk menuju kesuksesan agar tidak terjadi kegagalan lagi.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi perlindungan, berkah, rahmat, dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir karya seni ini. Tulisan dengan judul: *Pengembangan Desain Media Promosi Klinik Hewan Mitra Satwa Samarinda - Kalimantan Timur* merupakan salah satu tugas akhir karya seni untuk mencapai derajat kesarjanaaan pada bidang Pendidikan Seni Rupa.

Saya haturkan terima kasih kepada sejumlah pihak yang telah memberi berbagai bantuan dalam penyusunan tugas akhir karya seni ini, antara lain kepada:

1. Bapak Zulfi Hendri, M. Sn, selaku dosen pembimbing tugas akhir karya seni yang berhati samudera dan dengan ikhlas, sabar, dan penuh kasih memberi arahan dan masukan.
2. Bapak Susapto Murdowo, M.Sn, selaku penasehat akademik yang sabar dan penuh kasih memberi arahan dan masukan.
3. Orang tua yang selalu memberi semangat untuk terus maju.
4. Teman-teman satu kelas Pendidikan Seni Rupa, teman-teman KKN-PPL UNY 2012, dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung dan tidak langsung telah “membakar” saya untuk terus berkarya.
5. Teman-teman Homestay Sremo Lor, Astro, Fricil, Lida, Ardi, dan Fandi yang selalu mendorong saya untuk terus berkarya.

Keyakinan yang selalu saya pegang adalah *berlomba dalam suasana kreatif merupakan pendewasaan pola berpikir dan berpendapat tanpa diskriminasi*.

Tentunya, masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan dalam tulisan saya ini. Keterbatasan wawasan, ketidaklengkapan isi, dan kekurangsentunan dalam bertutur mungkin ditemukan di dalam tulisan ini. Menyadari kekurangan ini, saya dengan senang hati akan menerima segala kritik dan saran demi kesempurnaan karya seni saya ini dan tentu akan menjadi bekal yang sangat berharga dalam langkah-

langkah penyusunan tulisan selanjutnya. Belajar dari pengalaman dan menyadari kesalahan yang pernah dibuat merupakan sarana terbaik untuk semakin mendewasakan dan mencerdaskan saya.

Meksipun mungkin terdapat banyak kesalahan di dalam tulisan tugas akhir karya seni, harapan tertinggi tentu tetap saya tujukan pada nilai manfaat dari tulisan saya ini. Tiada lain, semoga karya saya ini dapat memberi kegunaan dan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 20 Januari 2014

Penulis,

Zheitta Vazza Devi

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Perancangan.....	5
F. Manfaat Perancangan.....	5
BAB II KAJIAN TEORI.....	6
A. Pengembangan Desain.....	6
B. Komunikasi.....	10
C. Desain Komunikasi Visual (DKV).....	11
D. Elemen Visual Warna.....	13
E. Ilustrasi Visual.....	16
F. Tipografi.....	17
G. Iklan.....	19
H. Media Promosi.....	21
I. Pendekatan Visual pada Desain.....	23



J. Klinik Hewan.....	24
K. Klinik Hewan Mitra Satwa.....	26
BAB III METODE PERANCANGAN.....	30
A. Tahap Perancangan.....	30
B. Alat & Instrumen.....	34
C. Teknik Analisis Data.....	34
D. Iklan Media Cetak Klinik Hewan Mitra Satwa.....	35
E. Perancangan Media.....	36
F. Langkah Perancangan.....	37
G. Perancangan Media.....	38
I. Perancangan Kreatif.....	44
BAB IV VISUALIASASI DAN PEMBAHASAN KARYA.....	50
A. Visualiasasi pada Space Desain	
1. Visualiasasi Ilustrasi Gambar	
a. Ilustrasi Gambar Kucing <i>Abysinian</i> dan Anjing <i>Bulldog</i> .....	50
b. Ilustrasi Gambar Burung Pelatuk Bawang.....	52
c. Ilustrasi Gambar Kucing <i>Abysinian</i> Tersenyum.....	53
d. Ilustrasi Gambar Kucing Memegang Troli Belanja.....	55
e. Ilustrasi Gambar Kucing, Anjing dan Burung Tidur.....	56
B. Pengembangan Desain Media Promosi	
1. Media Utama <i>Sign System 1</i> .....	58
2. Media Utama <i>Sign System 2</i> .....	63
3. Media Utama Brosur .....	68
4. Media Utama Leaflet.....	72
5. Media Penunjang Poster Informasi Terbaru 1.....	78
6. Media Penunjang Poster Informasi Terbaru 2.....	82
7. Media Penunjang Kartu Nama.....	87
8. Media Penunjang <i>Hanging Mobile</i> .....	91
9. Media Penunjang <i>Wobbler 1</i> .....	94
10. Media Penunjang <i>Wobbler 2</i> .....	98

11. Media Penunjang <i>Wobbler 3</i> .....	101
12. Media Penunjang <i>Souvenir Mug</i> Original.....	104
13. Media Penunjang <i>Souvenir Mug</i> Bambu.....	108
14. Media Penunjang <i>Souvenir Tumbler</i> .....	112
15. Media Penunjang <i>Souvenir</i> Payung.....	116
16. Media Penunjang <i>Souvenir Pet beds</i> .....	120
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	125
A. Kesimpulan.....	125
B. Saran.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	127
<b>LAMPIRAN</b> .....	129

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I : Tampak muka atas Klinik Hewan Mitra Satwa, diambil oleh dokumen pribadi tanggal 25 Januari 2013.....	32
Gambar II: : Tampak muka Klinik Hewan Mitra Satwa, diambil oleh dokumen pribadi tanggal 25 Januari 2013.....	32
Gambar III : Tampak muka bawah Klinik Hewan Mitra Satwa, diambil oleh dokumen pribadi tanggal 25 Januari 2013 .....	32
Gambar IV : Pemotongan kuku kucing (Salon Hewan) di salon hewan, diambil oleh dokumen pribadi tanggal 22 Januari 2013.....	32
Gambar V : Memandikan Anjing ( <i>Grooming</i> ) di ruang <i>grooming</i> , diambil oleh dokumen pribadi tanggal 25 Januari 2013.....	33
Gambar VI : Memeriksa anjing di ruang pemeriksaan lantai 2, diambil oleh dokumen pribadi tanggal 22 Januari 2013.....	33
Gambar VII : Mendaftarkan pasien, di bagian kasir, diambil dokumen pribadi tanggal 22 Januari 2013.....	33
Gambar VIII : Pembayaran di Kasir, diambil dokumen pribadi tanggal 22 Januari 2013.....	33
Gambar IX : Dokter Hewan dan Karyawan Klinik Hewan Mitra Satwa, diambil oleh dokumen pribadi tanggal 25 Januari 2013.....	33
Gambar X : Anjing mandi, diunduh tanggal 27 Maret 2003 di <a href="http://www.mychoicetofreedom.com">www.mychoicetofreedom.com</a> .....	50
Gambar XI : Kucing dan anjing sedang menggosok tubuh dengan sikat di <i>bathtub</i> .....	50
Gambar XII : Burung Pelatuk, diunduh tanggal 27 maret 2013 di <a href="http://www.indianetzone.com">www.indianetzone.com</a> .....	52
Gambar XIII : Burung Pelatuk berdiri di atas plat sedang mematuk plakat bertulisan “STOP” .....	52

Gambar XIV	: Kucing Abyssinian, diunduh tanggal 27 maret 2013 di <a href="http://en.wikipedia.org/wiki/Abyssinian_%28cat%29">http://en.wikipedia.org/wiki/Abyssinian_%28cat%29</a> .....	53
Gambar XV	: Kucing Abyssinian Tersenyum.....	53
Gambar XVI	: Anjing kecing memegang troly berisi tulang, diunduh tanggal 27 Maret 2013 di <a href="http://www.alldogblog.com">www.alldogblog.com</a> .....	55
Gambar XVII	: Kucing Abyssinian memegang troli belanja berisi ikan.....	55
Gambar XVIII	: Burung Kakak Tua ngantuk, diunduh tanggal 27 April 2013 di <a href="http://fireflyforest.net/firefly/2005/12/03/greathorned-owls-in-the-treetops">http://fireflyforest.net/firefly/2005/12/03/greathorned-owls- in the-treetops</a> .....	56
Gambar XIX	: Kucing dan Anjing tidur di atas kain, diunduh tanggal 27 April 2013 di <a href="http://www.vemale.com">www.vemale.com</a> .....	56
Gambar XX	: Tidur bersama.....	57
Gambar XXI	: <i>Layout Kasar Sign System 1</i> .....	58
Gambar XXII	: Pemilihan Desain <i>Sign System 1</i> .....	59
Gambar XXIII	: Gambar terpilih <i>Sign System 1</i> .....	59
Gambar XXIV	: Kontruksi <i>Sign System 1</i> .....	62
Gambar XXV	: <i>Layout Kasar Sign System 2</i> .....	63
Gambar XXVI	: Pemilihan Desain <i>Sign System 2</i> .....	64
Gambar XXVII	: Desain terpilih <i>Sign System 2</i> .....	64
Gambar XXVIII	: Kontruksi <i>Sign System 2</i> .....	67
Gambar XXIX	: <i>Layout Kasar Brosur</i> .....	68
Gambar XXX	: Pemilihan Desain Brosur .....	69
Gambar XXXI	: Desain terpilih Brosur .....	70
Gambar XXXII	: <i>Layout Kasar Leaflet</i> .....	72
Gambar XXXIII	: Pemilihan Desain Leaflet.....	74
Gambar XXXIV	: Desain terpilih Leaflet .....	75
Gambar XXXV	: <i>Layout Kasar Poster Informasi Terbaru 1</i> .....	78
Gambar XXXVI	: Pemilihan Desain Poster Informasi Terbaru 1... ..	79
Gambar XXXVII	: Desain terpilih Poster Informasi Terbaru 1.....	79
Gambar XXXVIII	: <i>Layout Kasar Poster Informasi Terbaru 2</i> .....	82

Gambar XXXIX	: Pemilihan Desain Poster Informasi Terbaru 2.....	83
Gambar XL	: Desain terpilih Poster Informasi 2.....	84
Gambar XLI	: <i>Layout</i> Kasar Kartu nama.....	87
Gambar XLII	: Pemilihan Desain Kartu nama.....	88
Gambar XLIII	: Desain terpilih Kartu nama.....	89
Gambar XLIV	: <i>Layout</i> Kasar <i>Hanging Mobile</i> (Gantungan Bergerak).....	91
Gambar XLV	: Pemilihan Desain <i>Hanging Mobile</i> (Gantungan Bergerak).....	92
Gambar XLVI	: Desain terpilih <i>Hanging Mobile</i> (Gantungan Bergerak).....	92
Gambar XLVII	: <i>Layout</i> Kasar <i>Wobbler</i> 1 (Alat Pajangan Bergerak di rak) .....	94
Gambar XLVIII	: Pemilihan Desain <i>Wobbler</i> 1 (Alat Pajangan Bergerak di rak).	95
Gambar XLIX	: Desain terpilih <i>Wobbler</i> 1 (Alat Pajangan Bergerak di rak)....	95
Gambar L	: <i>Layout</i> Kasar <i>Wobbler</i> 2 (Alat Pajangan Bergerak di rak) .....	98
Gambar LI	: Pemilihan Desain <i>Wobbler</i> 2 (Alat Pajangan Bergerak di rak)	98
Gambar LII	: Desain terpilih <i>Wobbler</i> 2 (Alat Pajangan Bergerak di rak)...	99
Gambar LIII	: <i>Layout</i> Kasar <i>Wobbler</i> 3(Alat Pajangan Bergerak di rak).....	101
Gambar LIV	: Pemilihan Desain <i>Wobbler</i> 2 (Alat Pajangan Bergerak di rak)	102
Gambar LV	: Desain terpilih <i>Wobbler</i> 3(Alat Pajangan Bergerak di rak) .....	102
Gambar LVI	: <i>Layout</i> Kasar <i>Mug Original</i> (Cangkir).....	104
Gambar LVII	: Pemilihan Desain <i>Mug Original</i> (Cangkir).....	105
Gambar LVIII	: Desain terpilih <i>Mug Original</i> (Cangkir).....	106
Gambar LVIX	: <i>Layout</i> Kasar <i>Mug Bambu</i> (Cangkir Bambu).....	108
Gambar LX	: Pemilihan Desain <i>Mug Bambu</i> (Cangkir Bambu).....	109
Gambar LXI	: Desain terpilih <i>Mug Bambu</i> (Cangkir Bambu).....	110
Gambar LXII	: <i>Layout</i> Kasar <i>Tumbler</i> (Gelas).....	112
Gambar LXIII	: Pemilihan Desain <i>Tumbler</i> (Gelas).....	113
Gambar LXIV	: Desain terpilih <i>Tumbler</i> (Gelas).....	114
Gambar LXV	: <i>Layout</i> Kasar Payung.....	116
Gambar LXVI	: Pemilihan Desain Payung.....	117
Gambar LXVII	: Desain terpilih Payung.....	118
Gambar LXVIII	: <i>Layout</i> Kasar <i>Pet Bed</i> (Kasur Hewan).....	120



Gambar LXIX	: Pemilihan Desain <i>Pet Bed</i> (Kasur Hewan).....	121
Gambar LXX	: Desain terpilih <i>Pet Bed</i> (Kasur Hewan).....	122

PENGEMBANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI  
KLINIK HEWAN MITRA SATWA  
SAMARINDA - KALIMANTAN TIMUR

Oleh Zheitta Vazza Devi  
NIM 09206241009

**ABSTRAK**

Tugas Akhir Karya Seni ini bertujuan untuk menciptakan media promosi Klinik Hewan Mitra Satwa Samarinda-Kalimantan Timur yang efisien, efektif, dan komunikatif. Media promosi ini perlu dibuat sedemikian rupa agar menarik khalayak dan memiliki karakteristik tertentu sehingga mampu meyakinkan khalayak. Pengembangan desain media promosi ini dapat menjadi wadah untuk memperluas pengetahuan dan informasi tentang Klinik Hewan Mitra Satwa.

Untuk merancang media promosi yang menarik perlu teknik dan metode perancangan. Ada dua teknik yang harus dilakukan yakni teknik pengumpulan data dan teknik analisis SWOT, kemudian metode yang digunakan untuk perancangan, yaitu Membuat rencana awal dalam penciptaan media dengan menggambar sketsa berupa coret-coretan melalui *alternative layout* dengan tujuan mencari tata letak atau susunan bentuk, teks, dan gambar kemudian menyusun font yang akan dipakai dalam perancangan font. Rancangan praproduksi yang telah ditentukan kemudian dipindahkan pada perangkat keras yaitu *Hardware* (komputer) dan perangkat lunak (*Software*) Adobe photoshop CS3 dan CorelDraw X4 untuk mendesain rancangan media promosi yang dibuat. Kemudian rancangan yang telah sempurna ditindaklanjuti dengan proses pencetakan *print*, dengan alat *digital printing*.

Strategi konsep desain media promosi klinik hewan ini dilakukan dengan pembuatan ilustrasi gambar dan penggunaan ilustrasi foto yang diterapkan dalam bentuk media promosi utama berupa *sign system*, brosur dan leaflet serta media promosi penunjang di antaranya poster, kartu nama, *hanging mobile*, *wobbler* dan *souvenir* yang terdiri dari *mug* original, *mug* bambu, *tumbler*, payung dan *pet bed* (kasur untuk hewan kesayangan) guna memberitahu atau memberi informasi, memberi penerangan, dan membujuk konsumen tentang pelayanan jasa pemeriksaan kesehatan dan pengobatan hewan kesayangan.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di Indonesia, nampaknya semakin banyak masyarakat yang mengoleksi, memelihara, dan menunjukkan perhatiannya pada berbagai hewan kesayangan. Anjing dan kucing merupakan hewan kesayangan terbanyak yang dipelihara masyarakat Indonesia. Komunitas penyayang dan pemelihara anjing dan kucing muncul di beberapa kota dengan berbagai kegiatan komunitas yang sengaja diadakan, termasuk dalam pertukaran informasi cara pemeliharaan, cara pengobatan, serta transaksi jual beli berbagai satwa ini.

Konsekuensi dari maraknya perhatian masyarakat serta munculnya komunitas pemelihara hewan kesayangan seperti ini adalah munculnya kesadaran mereka tentang perlunya layanan jasa pemeliharaan dan perawatan hewan. Di beberapa kota besar di Indonesia, bahkan telah berdiri sejumlah rumah sakit hewan, klinik perawatan hewan, salon kecantikan hewan, serta *pet shops* penyedia keperluan-keperluan hewan.

Ada beberapa klinik hewan yang didirikan dan dikelola secara profesional oleh para dokter hewan. Klinik hewan seperti ini banyak didirikan di rumah-rumah pribadi dokter hewan dan di ruko-ruko. Biasanya dokter hewan profesional yang berpengalaman dan berpengetahuan luas tentang hewan cenderung membuka klinik-klinik hewan ini, seperti yang terlihat di beberapa kota besar seperti di Jakarta, Bogor, Semarang, Surabaya, Bandung, dan Yogyakarta.

Fenomena yang sama terjadi di Kalimantan Timur, provinsi dengan kepadatan penduduk rendah keempat di Indonesia. Berdasar hasil Sensus Penduduk tahun 2010, Samarinda, ibukota provinsi ini, dihuni oleh 3.553.143 jiwa pada tahun 2010 < <http://kaltim.bps.go.id/web/KDA11/bab%20iii/files/search/searchtext.xml> diunduh tanggal 28 Januari 2013>. Dapat dikatakan, peternakan yang ada di Kalimantan Timur masih dalam proses pengembangan karena pemenuhan daging dan unggas sebagian besar masih harus didatangkan dari Sulawesi Selatan dan Jawa Timur. Menjadi wajar kiranya bila rumah sakit hewan dan klinik hewan di Kalimantan Timur belumlah banyak dan bahkan jarang terdengar masyarakat.

Meskipun demikian harus diakui bahwa sebagian besar masyarakat di Kalimantan Timur pada umumnya dan di Samarinda pada khususnya telah ada yang mulai gemar memelihara hewan kesayangan. Untuk hewan-hewan kesayangan ini, mereka pun membutuhkan jasa layanan dan nasihat kesehatan. Dalam hal ini telah ada klinik hewan di Samarinda yang membuka layanan kesehatan hewan. Salah satunya adalah “Klinik Hewan Mitra Satwa” yang berlokasi kawasan strategis sentra pengembangan bisnis Samarinda Utara, berdekatan dengan banyak kompleks tempat tinggal dan pertokoan yakni Citraland, Alaya, Citytown, dan Gedung Buddha Center yang sekarang menjadi ikon kepariwisataan terbaru di Samarinda.

Klinik Hewan Mitra Satwa ini bergerak di bidang pelayanan jasa pemeriksaan kesehatan dan pengobatan hewan kesayangan, terutama untuk hewan kecil seperti anjing dan kucing. Jenis fasilitas yang disediakan dapat dikatakan memadai dan bermanfaat bagi peningkatan standar pelayanan kesehatan hewan, seperti dokter

hewan dan prakteknya, rawat inap, titip sehat, salon hewan dan *grooming*, *petshop*, serta *house call*.

Namun pada kenyataannya, Klinik Hewan Mitra Satwa belum terlalu dikenal masyarakat kota Samarinda dikarenakan kurangnya upaya untuk memperkenalkan *brand* usaha klinik ini dan kurangnya pemberian informasi atau pesan mengenai jasa layanan dan fasilitas yang dipunyainya kepada sasaran khalayak yang ditujukan. Akibatnya, kebutuhan manusia untuk memperoleh informasi dan untuk mengetahui keberadaan Klinik Hewan Mitra Satwa dan jasa layanan dan fasilitas yang profesional di Klinik Hewan Mitra Satwa tersebut tidak tercapai.

Untuk mengembangkan dan menjaga kesinambungan usahanya, Klinik Hewan Mitra Satwa berusaha mempromosikan kegiatan jasa layanannya ke masyarakat. Sebagai klinik hewan yang dapat dikatakan baru di Kalimantan Timur, Klinik Hewan Mitra Satwa membutuhkan suatu sarana yang tepat untuk mempromosikan kegiatan usahanya. Pemilihan dan pembuatan media promosi yang tepat diyakini dapat mengedukasi dan memersuasi masyarakat penggemar hewan kesayangan di Samarinda untuk menggunakan jasa layanan kesehatan dan perawatan yang diberikan klinik ini.

Beranjak dari kebutuhan dan tujuan inilah menjadi perlu kiranya untuk melakukan perancangan untuk desain media promosi bagi Klinik Hewan Mitra Satwa ini. Seiring dengan perkembangan teknologi serta semakin besarnya kebutuhan manusia untuk memperoleh informasi, keberadaan piranti yang mampu menjadi media dalam melakukan transaksi informasi diusahakan dibuat lebih atraktif dan persuasif.



## **B. Identifikasi Masalah**

Dari hal di atas teridentifikasi masalah bahwa upaya penyampaian informasi mengenai Klinik Hewan Mitra Satwa perlu dikembangkan melalui media visual seperti brosur, *leaflet*, poster, kartu nama, dan *sticker* karena media yang sekarang ada kurang terkonsep dengan tepat dan bentuk komunikasi visual dari media promosi yang ada kurang komunikatif. Selain itu penetapan dan jenis media yang digunakan saat ini dalam kenyataannya belum dapat menjangkau masyarakat yang diharapkan.

## **C. Pembatasan Masalah**

Untuk mengembangkan rancangan media promosi yang baru dan menarik, perlu disiapkan rancangan periklanan yang matang, yakni dengan membuat pengembangan rancangan media promosi yang baru agar menarik dan komunikatif untuk Klinik Hewan Mitra Satwa di Samarinda, Kalimantan Timur. Media promosi ini perlu dibuat sedemikian rupa agar menarik khalayak dan memiliki karakteristik tertentu sehingga mampu meyakinkan khalayak. Strategi konsep dan bentuk desain komunikasi visual dalam media promosi klinik hewan ini dilakukan melalui media promosi utama berupa *sign system*, brosur dan *leaflet* serta media promosi penunjang di antaranya poster, kartu nama, *hanging mobile*, *wobbler* dan *souvenir* cantik.

## **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan dikaji dalam hal ini adalah bagaimana cara mengembangkan rancangan media promosi dalam bentuk baru yang efektif, efisien, dan komunikatif, serta mampu terbaca dengan tepat oleh masyarakat tentang jasa Klinik Hewan Mitra Satwa di Samarinda-Kalimantan Timur.

### **E. Tujuan Perancangan**

1. Menghasilkan rancangan media promosi kesehatan hewan yang baru menjadi efisien, efektif, dan komunikatif sehingga pesan media promosi kesehatan hewan dapat mempengaruhi atau menghimbau khalayak sasaran agar menerima dan melaksanakan gagasan Klinik Hewan Mitra Satwa.
2. Memperkenalkan Klinik Hewan Mitra Satwa Samarinda-Kalimantan Timur di Kota Samarinda dan sekitarnya melalui hasil rancangan media promosi berupa *Sign System* (Petunjuk arah), leaflet, brosur, poster, kartu nama, *wobbler*, *hanging mobile*, dan *souvenir* cantik.

### **F. Manfaat Perancangan**

1. Bagi mahasiswa Pendidikan Seni Rupa khususnya Desain Komunikasi Visual, pengembangan desain media promosi ini dapat menjadi wadah untuk memperluas pengetahuan, ketrampilan, dan pengalaman dalam merancang desain media promosi.
2. Bagi kalangan akademis, pengembangan desain media promosi ini dapat dijadikan referensi untuk kegiatan perancangan desain lebih lanjut mengenai cara menciptakan konsep desain media promosi.
3. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), menambah kepustakaan atau bahan referensi pembelajaran tentang pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman dalam merancang desain media promosi.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Pengembangan Desain**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa pengembangan adalah proses, cara, atau perbuatan mengembangkan: *pemerintah selalu berusaha dl ~ pembangunan secara bertahap dan teratur yg menjurus ke sasaran yg dikehendaki* (<http://www.artikata.com/arti-367883-pengembangan.html> diunduh tanggal 19 Februari 2013). Istilah pengembangan merujuk perubahan yang mendasar dari hal yang bersifat lama diolah menjadi bentuk baru atau artinya adalah suatu usaha perbaikan dalam upaya untuk meningkatkan kualitas. Menurut Moekijat (1991: 8), pengembangan adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk memperbaiki pelaksanaan (hasil) pekerjaan, baik yang sekarang maupun untuk masa yang akan datang, dengan cara memberikan informasi, mempengaruhi sikap atau menambah kecakapan. Pengembangan ini dikatakan berhasil jika seorang memiliki pengetahuan atau informasi baru atau dapat mengganti pengetahuan lama dengan pengetahuan baru (<http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/1400/> diunduh tanggal 22 Februari 2013).

Pengembangan itu terjadi karena adanya penemuan (*invention*) yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat bersangkutan atau karena adanya persebaran kebudayaan (*diffusion*), baik yang diterima sebagaimana apa adanya maupun yang merangsang pengembangan lebih lanjut (*stimulus diffusion*). Namun suatu pengembangan dapat pula terjadi karena pengaruh dari kedua belah pihak, yaitu

pengaruh kekuatan dari dalam dan pengaruh kekuatan dari luar secara bersamaan. Pengembangan dapat pula diartikan sebagai proses yang dilakukan untuk memperbaiki kualitas hasil pekerjaan lewat penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi (<http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/1400/> diunduh tanggal 22 Februari 2013).

Sedangkan desain sendiri adalah sebuah proses karya yang mengandung pesan atau informasi dengan elemen-elemen tertentu, yang disampaikan melalui media cetak serta media lainnya kepada khalayak dengan menggunakan bahasa verbal dan non verbal yang mencakup aspek-aspek kultural-sosial dan bisnis.

Dalam kaitannya dengan proses pembelajaran, Safanayong (2006: 2-3) memberi pengertian tentang desain sebagai suatu disiplin atau mata pelajaran yang tidak saja mencakup eksplorasi visual, tetapi terkait dan mencakup pula dengan aspek-aspek lainnya seperti aspek kultural-sosial, filosofis, teknis, dan bisnis. Dia melanjutkan, kegiatan desain merupakan proses pemecahan masalah, metoda kreatifitas, dan evaluasi bentuk yang bersifat interdisiplin dengan bidang-bidang lain. Secara lebih umum, Suryanto Thabrani mengartikan desain sebagai suatu proses panjang dalam pekerjaan yang erat kaitannya dengan seni guna mencapai tujuan tertentu (<http://www.scribd.com/doc/20828573/Pengertian-Fungsi-Unsur-Desain-Grafis> diunduh tanggal 09 Januari 2013).

Terdapat enam elemen desain, menurut Rakmat Supriyono (2010: 57), yang telah banyak diuraikan dalam berbagai buku seni rupa, yaitu:

1. Garis (*line*)

Garis tidak memiliki kedalaman (*depth*), namun hanya memiliki ketebalan dan panjang. Oleh karena itu, garis disebut sebagai elemen satu dimensi. Wujud garis sangat bervariasi, yang dapat berupa garis lurus yang mempunyai kesan kaku dan formal, garis lengkung yang memberi kesan lembut dan luwes, garis zigzag yang terkesan keras dan dinamis, dan garis tak beraturan punya kesan fleksibel dan tidak formal. Penggunaan garis dalam desain komunikasi visual berbeda dengan fungsi garis pada gambar teknik atau gambar kerja. Garis adalah elemen visual yang dapat dipakai di mana saja dengan tujuan untuk memperjelas dan mempermudah. Desain komunikasi visual tidak terikat pada garis bila memang tidak perlu.

2. Bidang (*shape*)

Elemen grafis yang kedua adalah bidang (*shape*). Segala bentuk yang memiliki dimensi tinggi dan lebar disebut bidang. Bidang dapat berupa bentuk-bentuk geometris seperti lingkaran, segitiga, segiempat, elips, dan setengah lingkaran. Sedangkan bidang-bidang non-geometris atau bidang tak beraturan memiliki kesan tidak formal, santai, dan dinamis.

3. Warna (*Color*)

Salah satu elemen visual yang dengan mudah menarik perhatian adalah warna. Warna dapat menciptakan *mood* dan membuat teks berbicara. Sebagai contoh desain publikasi yang menggunakan warna-warna *soft* dapat menyampaikan kesan lembut,



tenang, dan romantik. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberi kesan dinamis, cenderung meriah.

Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu:

- a. *Hue*, pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti warna merah, biru, hijau, kuning dan seterusnya.
  - b. *Value*, terang-gelapnya warna
  - c. *Intensity*, tingkat kemurnian dan kejernihan warna
4. Gelap-terang (*value*)

Perbedaan nilai gelap-terang dalam desain grafis disebut *value*. Salah satu cara untuk menciptakan kemudahan baca adalah dengan menyusun unsur-unsur visual secara kontras gelap-terang. Kontras *value* bersifat relatif dan sangat dipengaruhi oleh *background* dan elemen-elemen lainnya. Kontras dalam desain komunikasi visual dapat digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi, sekaligus menciptakan citra.

#### 5. Tekstur (*texture*)

Tekstur adalah nilai raba atau halus-kasarnya suatu permukaan benda. Dalam seni rupa, khususnya desain grafis umumnya dicetak di atas kertas halus, seperti HVS, *art paper*, *ivory*, dan lain-lain. Tekstur dalam konteks desain komunikasi visual lebih cenderung pada tekstur semu, yaitu kesan visual dari suatu bidang.

#### 6. Ukuran (*size*)

Besar-kecilnya elemen visual perlu perhitungan secara format sehingga desain komunikasi visual memiliki nilai kemudahan baca (*legibility*) yang tinggi. Langkah

pertama untuk mempermudah penyusunan elemen-elemen desain adalah dengan membuat skala prioritas (*visual hierarchy*). Besar-kecilnya ukuran huruf untuk judul, subjudul, dan teks sebaiknya diperhitungkan sehingga mempermudah orang dalam memilih informasi yang perlu dibaca berdasar urutan prioritas. Demikian pula dengan foto, foto mana yang lebih penting untuk dibuat lebih besar dari foto-foto lainnya yang kurang penting.

Berdasar penjelasan tentang pengembangan dan desain di atas, pengembangan desain merupakan sebuah proses pembuatan desain yang mendasar dari hal yang bersifat hal lama untuk diolah menjadi bentuk baru. Informasi teks dan visual dalam bentuk desain lain dikembangkan menjadi bentuk desain yang menarik, komunikatif, dan orisinal di antaranya mulai dari teks, visual, hingga ke warna.

#### **A. Komunikasi**

Shannon dan Weaver (dalam Cangara, 2010: 20) mengemukakan bahwa komunikasi adalah bentuk integrasi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan bahasa verbal seperti ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. Menurut Safanayong (2006: 10), komunikasi juga dapat dipahami sebagai suatu *network*, atau jaringan-jaringan sistem-sistem pertukaran tanda, isyarat serta lambang yang punya arti, yang terjadi didalam suatu masyarakat dalam pemasaran, komunikasi sebagai bentuk proses yang mana individu-individu sama-sama mengartikan dan membentuk pemikiran secara umum (*commonness*) atau perorangan (*oneness*). Sedangkan Mulyana (2009: 92) menuliskan bahwa komunikasi merupakan

proses simbolik, seperti dikatakan Susanne K.Langer, sehingga kemudian terdapat kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya makhluk yang pandai menggunakan lambang dan ini yang kemudian membedakan manusia dengan manusia lainnya.

Lambang atau simbol sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya poster-poster selebritis dunia, seperti bintang film (Tom Cruise dan Jodie Foster), penyanyi (Michael Jakson, Madonna, Britney Spears, dan Avril Lavigne), olahragawan (Mischael Jordan, David Beckham, dan Martina Hingis) yang dipasang di kamar seorang remaja, juga menggambarkan dunia simbolik remaja tersebut (Mulyana, 2009).

## **B. Desain Komunikasi Visual (DKV)**

Dalam buku Pengantar Desain Komunikasi Visual, Kusrianto (2007: 12) menjelaskan mengenai Desain Komunikasi Visual sebagai berikut:

Desain	berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas
Komunikasi	ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan.
Visual	sesuatu yang dapat dilihat

Dari ketiga makna kata tersebut, Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan ilmu yang mempelajari segala upaya untuk menciptakan suatu rancangan

alias desain yang bersifat kasat mata (visual) untuk mengomunikasikan maksud, Desain komunikasi visual adalah profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan dan pertimbangan, baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra, tanda maupun nilai.

Dari aspek keilmuan, menurut Sachari (2005: 9), desain komunikasi visual juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia, dan teknik persuasi pada masyarakat. Dia melanjutkan, terdapat sembilan lingkup desain komunikasi visual yang meliputi:

1. Desain Grafis Periklanan (*Adversiting*)
2. Animasi
3. Desain Identitas Usaha (*Corporate Identity*)
4. Desain Marka Lingkungan (*Enviromental Graphics*)
5. Desain Multimedia
6. Desain Grafis Industri (promosi)
7. Desain Grafis Media (buku, surat kabar, majalah, dll)
8. Cergam (komik), Karikatur, Poster
9. Fotografi, Tipografi, dan Ilustrasi

Menurut Supriyono (2010), desain komunikasi visual merupakan suatu karya benda yang menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak menggunakan bahasa visual (gambar). Hampir setiap bentuk penyampaian informasi atau pesan selalu menggunakan unsur-unsur visual (ilustrasi), di samping teks. Karya-karya

desain komunikasi visual seperti iklan, cover majalah, poster, brosur, kemasan produk, dan lain-lain dilengkapi gambar dengan tujuan untuk memikat pembaca.

Desain komunikasi (*communication design*) merupakan subdisiplin dari desain yang menitik beratkan pada penyampaian informasi kepada publik melalui media. Dalam hal ini, desain komunikasi visual tidak bisa semauanya sendiri menentukan ukuran, media, warna, teknik dan material (Supriyono, 2010). Menurut Safanayong (2006: 13) terdapat empat fungsi desain komunikasi visual atau desain grafis, yaitu:

1. Untuk memberitahu atau memberi informasi (*to inform*), mencakup: menjelaskan, menerangkan dan mengenalkan.
2. Untuk memberikan penerangan (*to enlighten*), mencakup : membuka pikiran dan menguraikan.
3. Untuk membujuk (*to persuade*), mencakup: menganjurkan (umumnya dalam periklanan), komponen-komponennya termasuk kepercayaan, logika dan daya tarik.
4. Untuk melindungi (*to protect*), fungsi khusus untuk desain kemasan dan kantong belanja.

Tujuan utama desain komunikasi visual adalah menyampaikan pesan atau informasi kepada *target audiens* melalui berbagai media yang dinilai efektif.

### **C. Elemen Visual Warna**

Salah satu elemen visual yang menarik perhatian pembaca atau ditangkap oleh panca indera adalah warna. Warna dapat menciptakan *mood* dan membuat teks visual

berbicara atau berkomunikasi kepada pembaca. Menurut Kusrianto (2007: 46-47), warna merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, mood atau semangat, dll. Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna memberi respons secara psikologis.

Teori Albert H. Munsell menyelidiki warna dengan standar warna untuk aspek fisik psikis (Kusrianto, 2007:48). Teorinya menyatakan bahwa warna pokok terdiri dari merah, kuning, hijau, biru, jingga. Sementara warna sekunder terdiri dari warna jingga, hijau muda, hijau tua, biru tua dan nila. Warna merupakan elemen penting dalam semua lingkup disiplin seni rupa, bahkan secara umum warna merupakan bagian penting dari segala aspek kehidupan manusia.

(<http://daniarwikan.blogspot.com/2009/02/teori-warna.html> diunduh tanggal 28 Januari 2013).

Sedangkan menurut Mita Purbasari (2000: 12-13), warna adalah suatu alat komunikasi efektif untuk mengungkapkan pesan, ide atau gagasan tanpa menggunakan tulisan atau bahasa. Pengertian tentang warna, baik berupa keharmonisan, pandangan, pola dan asal-usulnya menjadi bagian yang sangat penting untuk pengetahuan para seniman, arsitek dan pendesain dalam berkarya (<http://putrilupita.blogspot.com/2011/10/sejarah-teori-dan-fungsi-warna.html> diunduh tanggal 28 Januari 2013).

Dalam kehidupan sehari-hari, warna terlihat begitu mendominasi penggunaannya mulai dari sosok individu sampai sebuah negara. Simbol warna yang mempunyai makna tertentu, juga dijumpai pada simbol-simbol organisasi, perkumpulan, dan bahkan individu. Sebagai contoh, Perhimpunan Dokter Hewan Indonesia, khususnya Profesi Veteriner memiliki logo yang melambangkan sebuah tongkat dengan 3 mahkota yang dililit ular menghadap ke kanan dan dibawahnya terdapat huruf “V”. Ketiga komponen ditampung dalam lingkaran berwarna ungu. Warna ungu merupakan warna kebesaran bagi kedokteran hewan yang memiliki arti keagungan (<http://diary-veteriner.blogspot.com/2011/11/kode-etik-dokter-hewan.html> diunduh tanggal 28 Januari 2013).

Contoh lain, warna hijau diartikan sebagai warna pertumbuhan dan vitalitas yang terkait dengan kehidupan baru dan pembaharuan. Hijau juga berkaitan dengan keseimbangan dan keharmonisan pikiran, tubuh dan emosi. Hal ini membantu dalam pengambilan keputusan, membantu kita untuk melihat semua sisi dengan jelas. Secara psikologis warna hijau menyeimbangkan emosi orang dan menciptakan rasa tenang. Hijau sering pula dikaitkan dengan alam, kesehatan dan penyembuhan, dan lingkungan, menciptakan rasa kasih sayang dan pengasuhan bagi semua. Hal ini mendorong kemurahan, kebaikan dan simpati. Positif: Harmoni, keseimbangan, penyegaran, cinta universal, istirahat, pemulihan, jaminan, kesadaran lingkungan, keseimbangan, keberuntungan dan kedamaian.

(<http://henirahma369.blogspot.com/2013/09/ada-yang-mau-tau-ga-nih-tentang-warna.html> diunduh tanggal 28 Januari 2013).

#### **D. Ilustrasi Visual**

Menurut Kusrianto (2007: 110-111), ilustrasi secara harafiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Dalam desain grafis, ilustrasi merupakan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik atau jenis kegiatan seni itu. Ilustrasi dapat dipergunakan untuk menampilkan banyak hal serta berfungsi antara lain:

- a. Memberikan gambaran tokoh atau karakter dalam cerita
- b. Menampilkan beberapa contoh item yang diterangkan dalam suatu buku pelajaran (*text book*).
- c. Memvisualisasikan langkah-demi langkah pada sebuah instruksi dalam panduan teknik.
- d. Atau sekedar membuat pembaca tersenyum atau tertawa

Pengertian ilustrasi adalah proses penggambaran objek, baik visual maupun audio dan lain-lain. Komunikasi visual merupakan suatu komunikasi melalui wujud yang dapat diserap oleh indera penglihatan. Pada media komunikasi, khususnya media cetak, terdiri atas beberapa unsur yaitu warna, tipografi, ilustrasi, layout, fotografi, dan lain sebagainya. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa ilustrasi dibagi menjadi dua jenis yaitu ilustrasi audio dan ilustrasi visual. Ilustrasi audio berarti musik yang mengiringi suatu pertunjukan sandiwara di pentas, radio atau musik yang melatari sebuah film. Ilustrasi visual atau yang lebih dikenal dengan kata lain ilustrasi yaitu gambar yang dapat berupa foto atau lukisan untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya; dan dapat juga bermakna



gambar, desain, diagram untuk penghias halaman sampul (<http://www.e-jurnal.com/2013/04/pengertian-ilustrasi.html> diunduh tanggal 28 Januari 2013).

Wilbur Schram secara tegas menyebutkan bahwa "*We can not not communication*" sehingga komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam kehidupan bermasyarakat (Effendy, 2000: 1). Faktor untuk mempertahankan kelangsungan hidup adalah hal yang mendorong manusia untuk berkomunikasi. Gambar ilustrasi merupakan sebuah cara komunikasi antara komunikasi seseorang dengan orang lain, sekalipun di dalam masyarakat primitif yang berusaha mengungkapkan isi cerita melalui gambar. (<http://5martconsultingbandung.blogspot.com/2010/10/pengertian-ilustrasi-gambar.html> diunduh tanggal 28 Januari 2013).

### **E. Tipografi**

Menurut Kusrianto (2007:190), Tipografi didefinisikan sebagai sesuatu proses seni yang menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu,"menyusun" meliputi merancang bentuk huruf cetak sehingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dihendaki.

Menurut Lazio Moholy (dalam Kusrianto, 2007:191), bahwa tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu, tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas (*clarity*), dan terbaca (*legibility*).

Kusrianto (2007:202-204) mengatakan bahwa ada empat kelompok huruf sesuai anatominya, huruf yang terdiri dari bagian-bagian yang secara ilmiah memiliki nama dan memiliki fungsi spesifik dalam ilmu tipografi, yaitu:

#### a. Oldstyle

Huruf-huruf Oldstyle diciptakan pada periode 1470 ketika muncul huruf Venetian buatan seniman Venice, Aldin ciptaan Aldus Manutius dari Italia, dan Caslon di Jerman. Periode Oldstyle berakhir di abad 16 dengan munculnya periode transisi berupa karya John Baskerville yang menjembatani periode berikutnya. Beberapa font yang dapat dikategorikan ke dalam Oldstyle adalah Bembo, Bauer Text, CG Cloister, ITC Usherwood, Claren-don, Garamond, Goudy Oldstyle, Palatino, dsb.

#### b. Modern

Dimulai pada abad ke-18 ketika Giambattista Bodoni menciptakan karya-karyanya yang kita kenal sebagai font Bodoni (dengan anggota keluarganya yang cukup banyak) hingga sekarang. Periode itu cukup panjang hingga abad ke-20 dan jumlah karya-karya typeface sudah semakin banyak. Font-font yang termasuk dalam kelompok Modern adalah Bodoni, Bauer Bodoni, Didot, Torino, Auriga, ITCFenice, Linotype Modern, ITC Modern, Walbaum Book, ITC Zapf Book, Cheltenham, Melior, dll.

#### c. Slab Serif

Kelompok huruf Slab Serif ditandai dengan serif yang tebal bahkan sangat tebal. Masa kemunculan jenis huruf ini bervariasi dan ikut menandai kemunculan huruf-huruf yang berfungsi lebih tepat sebagai penarik perhatian, yaitu sebagai Header. Contoh huruf Slab Serif adalah Botton, Aachen, Calvert, Lubalin Graph, Memphis, Rockwell, Serifa, Clarendon, Stymie, dll.

#### d. Sans Serif

Sans Serif adalah huruf tanpa serif (kait di ujung). Pertama kali jenis huruf tersebut diciptakan oleh William Caslon IV (keturunan William Caslon pencipta font Caslon di era Oldstyle) pada tahun 1816. Pada awal kemunculannya, font jenis itu disebut Grotesque karena pada jaman itu bentuk huruf tanpa serif dirasa unik dan aneh (grotesque artinya aneh). Hingga kini orang Inggris masih suka menyebut huruf tanpa serif dengan istilah Grotesque. Contoh huruf Sans Serif adalah Franklin Gothic, Akzident Grotesk, Helvetica, Univers, Formata, Avant Garde, Gill Sans, Futura, Optima, dll.

#### F. Iklan

Menurut Kusrianto (2007: 298), iklan atau *advertising* adalah suatu bentuk komunikasi massa komersial yang dirancang untuk mempromosikan pemasaran suatu produk atau jasa, maupun pesan dari suatu lembaga, organisasi, bahkan bisa juga pesan dari seorang kandidat dalam suatu kampanye politik. Morissan (2010: 18-19) mengatakan Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas. Keuntungan lain dari iklan melalui media massa adalah kemampuan menarik perhatian konsumen terutama produk yang iklannya populer atau sangat dikenal masyarakat luas. Hal ini tentu saja pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Dalam pembuatan iklan terdapat beberapa unsur visual seperti (Kusrianto, 2007: 327-329):

1. *Splash*

Unsur yang memperkuat sarana promosi dengan tampilan yang menyolok atau mengejutkan (WOW, GELEGAR, BOM, dsb). Pendekatan dengan iklan dengan unsur tersebut banyak digunakan dalam iklan-iklan yang ditujukan kepada kalangan menengah ke bawah, di mana kalangan itu mudah tertarik pada hal-hal yang berbau kejutan.

2. *Headline*

Unsur yang memegang peranan penting, besar, singkat, dan padat. *Headline* itulah yang diharapkan akan dibaca pertama kali serta akan melekat dalam ingatan pembacanya.

3. *Body Copy*

Teks informasi lengkap yang berisi informasi detail pada isi iklan.

4. *Cross Head*

Unsur ini berisi atau berfungsi memberikan penekanan pada *body copy*.

5. *Caption*

*Caption* artinya keterangan gambar. Unsur ini sangat berguna bila iklan menampilkan gambar atau foto yang membuat orang penasaran.

#### 6. *Mandatories*

*Mandatories* artinya penyelenggara/alamat perusahaan/distributor/produsen. Bagian ini dimuat dalam iklan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap isi iklan.

#### 7. *Disclaimer*

*Disclaimer* adalah sangkalan atau penolakan tertentu untuk menghindari sesuatu yang tidak diinginkan. Contohnya, antara lain, “Isi di luar tanggung jawab percetakan, Selama persediaan masih ada, Bank dapat mengubah suku bunga sewaktu-waktu, tanpa pemberitahuan terlebih dahulu, Harga dapat berubah sewaktu-waktu.”

#### 8. *Border*

*Border* artinya garis tepi atau pembatas. Kadang kita bisa memakai ornamen atau dekoratif atau elemen grafis tertentu sebagai border.

### **G. Media Promosi**

Menurut Cangara (2006: 119), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Pesan-pesan yang diterima pancaindera selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu sebelum dinyatakan dalam tindakan. Ada empat macam golongan media, yakni media antar pribadi, media kelompok, media publik, dan media massa.

Cangara (2006: 129) lebih lanjut mengemukakan bahwa media komunikasi dalam format kecil seperti poster, leaflet, selebaran, brosur, *sticker*, dan *pamphlet* ini

digunakan untuk penawaran barang dan jasa, kampanye, pameran, dan lain-lainnya. Dalam bidang periklanan media luar (*outdoor media*) contohnya adalah seperti papan reklame, spanduk, *electronic board*, dan lain-lainnya. Karakteristik masing-masing media komunikasi berbeda-beda sehingga bila ditanyakan media mana yang efektif dalam mencapai sasaran komunikasi, maka jawabannya sudah tentu kembali pada sifat media serta kepemilikan media pada khalayak (*media habit*).

Pengertian promosi menurut Indriyo Gitosudarmo merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Sunyoto, 2012:155). Adapun alat-alat yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih dari beberapa cara, yaitu iklan, promosi, penjualan, publisitas, *personal selling* yang disebut bauran promosi.

Menurut Sunyoto (2012: 155), kegiatan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara yang disebut dengan bauran promosi. Sebuah komunikasi yang harus dibangun oleh pihak produsen kepada para konsumennya, apalagi dengan para pelanggan setianya. Sebab dengan membangun komunikasi yang baik dan jelas, akan memberikan pengaruh positif antara kedua belah pihak dalam rangka membangun saling percaya, tanpa curiga satu sama lain. Senada dengan ini, Hamdani mengemukakan beberapa bauran promosi terdiri dari periklanan (*advertising*), penjualan persorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*),

hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word to mouth*), pemasaran langsung (*direct marketing*) (Sunyoto, 2012: 157).

Sunyoto (2012:165) menegaskan kembali bahwa, pendekatan untuk menentukan strategi promosi, ada yang disebut dengan promosi konsumen yang artinya memakai rangsangan tindakan langsung yang kuat untuk memaksakan tindakan pembelian yang segera, misalnya dengan kegiatan perlombaan, pemberian hadiah, kombinasi penawaran, kupon, dan potongan harga untuk konsumen.

#### **H. Pendekatan Visual pada Desain**

Andry (2010: 86-87) menyatakan bahwa pendekatan formalistik merupakan pendekatan yang menekankan pada cara desainer mengolah unsur-unsur formal pada desain. Proses yang ditekankan pada pendekatan ini adalah “*bagaimana seorang desainer dengan kepekaan yang dimilikinya memilih unsur visual dan perseptual mana yang akan dilekatkan pada sebuah karya desain, kemudian mengolahnya menjadi komposisi yang dinilai ‘menguntungkan’*”. Tujuan pengolahan visual dengan pendekatan formalistik cenderung mengarah pada pencapaian bentuk yang optimal dan menguntungkan secara visual. Maknanya, diusahakan tidak ada satu pun unsur yang hadir sehingga menimbulkan “ketidakuntungan” (2010: 93).

Pergertian di atas menandakan bahwa dalam pendekatan visual pada desain ini, penulis membuat konsep pengembangan desain dengan pendekatan formalistik hewan atau binatang yang akan menjadi objek visual yang dikembangkan pada desain media promosi. Artinya susunan unsur elemen-elemen karya atau objek visual

membangun satu kesatuan karya sehingga komposisi susunan dalam karya pada media promosi dapat menjadi baik dan menarik.

## **I. Klinik Hewan**

Pengertian klinik hewan dapat dipahami satu per satu dari pengertian tentang klinik, pengertian tentang hewan, dan baru pengertian tentang klinik hewan.

### **1. Klinik**

Menurut Poerwadarminta (1987: 513), klinik merupakan balai pengobatan (tempat mengobati orang sakit). Pengertian klinik sendiri adalah tempat seseorang datang mendapatkan pelayanan dan nasihat kesehatan (Oxford University Press, 2005: 99). Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 028/Menkes/PER/I/2011 tentang Klinik pada Pasal 1 ayat 1, klinik adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan yang menyediakan pelayanan medis dasar dan/atau spesialis, diselenggarakan oleh lebih dari satu jenis tenaga kesehatan dan dipimpin oleh tenaga medis. Kemudian dalam pasal 25, klinik berkewajiban memberikan pelayanan yang aman, bermutu dengan mengutamakan kepentingan terbaik pasien sesuai standar profesi, standar pelayanan, dan standar prosedur operasional.

(<http://www.ilkionline.org/dokumen/peraturan/pmkno028th2011ttgklinik.pdf> diunduh tanggal 28 Januari 2013).

### **2. Hewan atau binatang**

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, hewan atau binatang adalah makhluk yang bernyawa tetapi tidak berakal budi seperti anjing, kerbau, semut dan sebagainya.



Paling tidak terdapat satu juta spesies binatang yang berbeda, dan jumlah ini bertambah setiap harinya. Lebih dari 99% binatang berukuran lebih kecil dari manusia. Binatang hidup di hutan, daratan rendah atau di pegunungan tinggi. Ada yang hidup di sungai, laut, atau gua (Dictionary Oxford University Press, 2005: 32). Tiap binatang memiliki ciri-ciri yang berbeda, mulai yang berbisa, berkantong, berkulit tebal, dan kesayangan.

Binatang berbisa merupakan binatang yang memiliki gerakan relatif lambat, namun mampu memangsa binatang yang lebih besar, lebih kuat, atau lebih cepat daripada binatang berbisa. Tiap bisa binatang berbeda dari binatang lainnya. Bisa tersebut dapat mencegah mangsa melarikan diri. Sebagian menyerang sistem syaraf mangsa dan biasanya menyebabkan kelumpuhan. Binatang berkantong adalah binatang yang memiliki kantong, karena banyak betina memiliki kantong berbulu di bagian bawah tubuhnya untuk menaruh dan melindungi anaknya, dari lahir sampai cukup kuat untuk hidup mandiri. Hewan berkulit tebal seperti buaya dan alligator, untuk melindungi diri dari musuhnya. Berbagai macam kulit keras, kaku, berduri dan berbisa. Cangkrong digunakan untuk perlindungan oleh siput, kerang, dan kepiting pertapa. Landak, ikan buntal durian, dan beberapa jenis ulat terlindung oleh duri-duri yang kuat dan tajam. Binatang kesayangan merupakan binatang yang kita pelihara untuk kesenangan kita. Kita hidup bersama mereka dan tidak mengharapkan mereka melakukan pekerjaan untuk kita (Dictionary Oxford University Press, 2005: 34-37). Menurut Haryanto (2004: 37) bahwa hewan juga dapat digolongkan berdasarkan

tempat hidup, makanan, penutup tubuh, cara bergerak, cara berkembang biak, dan cara bernapas.

### 3. Klinik hewan

Klinik hewan adalah balai pengobatan hewan sakit atau merupakan fasilitas pelayanan medis kesehatan bagi hewan yang membutuhkan pertolongan medis atau layanan kesehatan. Klinik hewan memiliki wewenang untuk memberikan pelayanan yang aman, bermutu dengan mengutamakan kepentingan terbaik bagi hewan sesuai dengan standar profesi.

#### **J. Klinik Hewan Mitra Satwa**

Klinik Hewan Mitra Satwa adalah balai pengobatan hewan sakit atau merupakan fasilitas pelayanan medis kesehatan bagi hewan yang membutuhkan pertolongan medis atau layanan kesehatan. Secara literal, Mitra adalah teman atau sahabat, sedangkan satwa adalah binatang ([www.KamusBahasaIndonesia.org](http://www.KamusBahasaIndonesia.org) diunduh tanggal 16 Januari 2013). Dengan demikian, Mitra Satwa adalah harapan interaksi manusia dari satwa, artinya diharapkan hewan bisa jadi teman yang baik untuk mendampingi manusia, sebaliknya manusia juga diharapkan bisa menjadi teman baik bagi satwa. Tujuan Mitra Satwa yakni ingin meningkatkan kesejahteraan hewan dengan adanya berbagai jenis fasilitas yang disediakan yang tentunya bermanfaat bagi hewan untuk meningkatkan kehidupan dan keberadaannya.

Dengan adanya Klinik Hewan Mitra Satwa di Samarinda Kalimantan Timur yang dibuka pada tanggal 1 Juni 2012, pada dasarnya telah bertambah suatu fasilitas pelayanan kesehatan yang aman, bermutu, dan sesuai dengan standar profesi. Klinik

Hewan Mitra Satwa memiliki dua dokter hewan, yakni drh. Wafiatiningsih, M.P, selaku dokter hewan dan pemilik klinik, lulusan S2 Saint Veteriner UGM dan drh. Subagya yang juga berprofesi sebagai dokter hewan juga lulusan dari UGM. Ada tiga karyawan yang bekerja di Klinik Hewan Mitra Satwa, yakni Sity Nurul Aini sebagai kasir/*cashier*, Tison Bakarbessi dan Bastian sebagai *Grommer*. Adapun berbagai fasilitas yang mereka miliki, diantaranya praktek dokter hewan, rawat inap, titip sehat, salon hewan & *grooming*, *pet shop*, dan *house call*. Layanan di Klinik Hewan Mitra Satwa dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Praktek dokter hewan

Dokter hewan adalah orang yang memiliki profesi di bidang kedokteran hewan, memiliki sertifikat kompetensi, dan kewenangan medik veteriner dalam melaksanakan pelayanan kesehatan hewan (UU No. 18 tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan).

(<http://kedok-hewan.blogspot.com/2012/06/pengertian-profesi-kedokteran-hewan.html> diunduh 28 Januari 2013).

Praktek dokter hewan merupakan kegiatan seorang dokter melakukan pelayanan kesehatan hewan, pemeriksaan kesehatan hewan. Praktek dokter hewan di klinik ini dipimpin oleh drh. Wafiatiningsih, M.P dan drh. Subagya.

#### 2. Rawat inap

Rawat inap adalah proses perawatan hewan yang sakit oleh tenaga medis akibat penyakit tertentu dan hewan sakit tersebut diinapkan di suatu ruangan seperti ruang isolasi.

### 3. Titip sehat

Titip sehat adalah salah satu program dari klinik hewan Mitra Satwa yakni menyediakan tempat penitipan hewan kesayangan, ketika majikan atau pemilik tidak dapat merawat karena kesibukan atau kendala lainnya. Hewan kesayangan bisa dititipkan dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh Klinik Hewan Mitra Satwa.

### 4. Salon hewan dan *grooming*

Salon hewan adalah fasilitas melayani dan merawat badan dan kulit hewan, seperti memotong kuku, membersihkan telinga dengan *cotton swab* yang direndam dalam alkohol, membersihkan kotoran mata dengan kapas yang dibasahi, dan membersihkan bakteri gigi yang berkumpul di sekitar gigi yang rusak sehingga bakteri akan menyerang organ-organ di seluruh tubuh. *Grooming* adalah pelayanan membersihkan/menghilangkan rambut-rambut/bulu-bulu yang telah mati supaya hewan tidak melakukan sendiri dengan cara menjilat-jilat yang akan membahayakan kesehatan. Idealnya, *grooming* khusus hewan yang berbulu pendek sebanyak 1-2 kali per minggu, sedangkan hewan berbulu panjang lebih sering yakni sebanyak 2 sampai 3 kali per minggu (Hurheti, 2007: 58).

### 5. *Pet shop* (Toko penjual binatang dan perlengkapan binatang)

*Pet shop* merupakan fasilitas perlengkapan bagi hewan, klinik hewan Mitra Satwa menyediakan kebutuhan pemilik hewan kesayangan seperti pakan hewan, aksesoris hewan, produk perawatan tubuh hewan, kandang, dan pasir.

#### 6. *House call* (Panggilan rumah)

*House call* adalah fasilitas panggilan datang ke rumah pemilik hewan. Klinik Hewan Mitra Satwa menyediakan tenaga medis untuk mendatangi rumah pemilik hewan kesayangan dengan radius kurang dari 15 kilometer, di antaranya untuk pemeriksaan dokter hewan dan *grooming*.

Beberapa fasilitas Klinik Hewan Mitra Satwa ini perlu diinformasikan ke masyarakat dengan tujuan mampu meraih target sasaran dengan baik. Untuk mencapai tujuan itu tentunya dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang dapat mempromosikan profil Klinik Hewan Mitra Satwa melalui media komunikasi dalam format kecil seperti poster, *leaflet*, brosur, *sticker*, dan lain-lain guna memberitahu atau memberi informasi, memberi penerangan, dan membujuk konsumen tentang pelayanan jasa pemeriksaan kesehatan dan pengobatan hewan kesayangan, terutama untuk hewan kecil seperti anjing dan kucing.

## **BAB III**

### **METODE PERANCANGAN**

#### **A. Tahap Perancangan**

##### **1. Bentuk Data**

###### **a. Data Verbal**

Balikpapan merupakan pintu masuk utama menuju ke kota Samarinda. Sungai Mahakam membelah di tengah kota Samarinda yang juga menjadi “gerbang” menuju pedalaman Kalimantan Timur. Menurut data sensus tahun 2010, kota Samarinda berpenduduk 726.223 jiwa, dengan luas wilayah 718 kilometer persegi. Di Samarinda, dari arah Sempaja menuju ke arah utara yakni jalan DI. Panjaitan terdapat banyak kompleks tempat tinggal dan pertokoan yakni Citraland, Alaya, Citytown, dan Gedung Buddha Center. Gedung Buddha Center sekarang menjadi ikon kepariwisataan terbaru di Samarinda.

Lebih ke utara lagi terdapat sentra bisnis berkembang yakni Ruko CityTown di Jalan DI Panjaitan, jalan yang cukup strategis karena bertepatan dengan sentra kota pengembangan Samarinda Utara yang berhadapan dengan Citraland dan bersebelahan dengan pasar Segiri 2. Kompleks CityTown ini memiliki beberapa ruko yang diisi dengan usaha perdagangan maupun jasa seperti supermarket Eramart, Toko Bazar, Café, termasuk Klinik Hewan Mitra Satwa.

Klinik Hewan Mitra Satwa, Samarinda-Kalimantan Timur dibuka pada tanggal 1 Juni 2012. Klinik ini didirikan sebagai fasilitas pelayanan kesehatan hewan yang aman, bermutu, dan sesuai dengan standar profesi. Adapun beberapa fasilitas-fasilitas yang bisa dicoba oleh masyarakat sekitarnya, di antaranya adalah

praktek dokter hewan, rawat inap, titip sehat, salon hewan & *grooming*, *petshop*, dan *house call*.

a. Data Visual



Gambar I: Tampak muka atas Klinik Hewan Mitra Satwa diambil dari dokumen pribadi pada tanggal 25 Januari 2013



Gambar II: Tampak Muka Klinik Hewan Mitra Satwa, diambil dari dokumen pribadi pada tanggal 25 Januari 2013



Gambar III: Tampak muka bawah Klinik Hewan Mitra Satwa diambil dari dokumen pribadi pada tanggal 25 Januari 2013



Gambar IV: Pemotongan kuku kucing (Salon Hewan) di salon hewan Klinik Hewan Mitra Satwa diambil dari dokumen pribadi pada tanggal 25 Januari 2013



Gambar V: Memandikan anjing (*Grooming*) di ruang *grooming* diambil dari dokumen pribadi pada tanggal 25 Januari 2013



Gambar VI: Memeriksa anjing di ruang pemeriksaan lantai 2 diambil dari dokumen pribadi pada tanggal 22 Januari 2013



Gambar VII: Mendaftarkan pasien di bagian kasir diambil dari dokumen pribadi pada tanggal 22 Januari 2013



Gambar VIII: Pembayaran di kasir diambil dari dokumen pribadi pada tanggal 22 Januari 2013



Gambar IX: Dokter hewan dan karyawan Klinik Hewan Mitra Satwa diambil dari dokumen pribadi pada tanggal 25 Januari 2013



## 2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam tahap perancangan, penulis melakukan pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan survei. Secara teknis pengumpulan data dilakukan dengan:

### a. Observasi lokasi

Penulis melakukan observasi ke lokasi secara langsung ke Klinik hewan Mitra Satwa, di Ruko CityTown di Jalan DI Panjaitan, Samarinda. Observasi ini dilaksanakan pada bulan Januari 2013 untuk melihat kondisi fisik, aktivitas, fasilitas dan lingkungan pendukung Klinik Hewan Mitra Satwa, serta fasilitas yang ada.

### b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung yang tidak terpaku pada kerangka pertanyaan serta memiliki kebebasan untuk mengembangkan pertanyaan ke informan. Tujuan wawancara adalah mengumpulkan data akurat, lengkap, dan jelas tentang Klinik Hewan Mitra Satwa, pelayanan dan perawatan hewan, serta fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pemilik Klinik Hewan Mitra Satwa. Wawancara dilakukan utamanya terhadap drh. Wafiatiningsih, MP dan asisten dokter hewan yakni drh. Subagyo.

### c. Dokumentasi

Penulis merekam dengan cara memfoto objek lokasi, fasilitas, serta aktivitas dokter hewan serta karyawan-karyawan seperti *groomer*, kasir, dan *cleaner service*.

## **A. Alat dan Instrumen**

### **1. Alat dan Instrumen**

Untuk mengumpulkan data secara akurat, lengkap, dan jelas perlu dukungan alat yakni kamera digital sebagai alat untuk merekam objek lokasi dan aktivitas-aktivitas Klinik Hewan Mitra Satwa dan melakukan pencatatan dengan notebook, selain dipakai sebagai cara untuk mendapatkan data pendukung dari internet.

### **2. Pembuatan Desain**

Penulis membuat rancangan desain diawali dengan mengambil objek fasilitas dan aktivitas-aktivitas Klinik Hewan Mitra Satwa dengan kamera digital, kemudian merancang desain dengan *hardware* komputer untuk mengedit gambar dengan *software* adobe photoshop CS 3, kemudian dikembangkan ke dalam format media kecil seperti leaflet, brosur dengan *software* CorelDraw X4 dan *finishing design* dengan proses print melalui *digital printing*.

## **B. Teknik Analisis Data**

Metode perencanaan analisis data dengan model SWOT, yakni *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Hasil dari analisis data akan mempermudah dalam mengetahui kekuatan di Klinik Hewan Mitra Satwa, kelemahan apa saja yang dialami dan menjadi ancaman bagi klinik hewan. Dengan berpijak pada empat faktor tersebut akan terlihat kekuatan dan peluang ke depan bagi klinik ini.

Kekuatan ( <i>Strenghts</i> )	Lokasi Klinik Hewan Mitra Satwa cukup strategis yakni di kawasan sentra pengembangan bisnis Samarinda Utara dan berdekatan dengan supermarket Eramart, toko Bazar serta pasar Segiri 2 sehingga masyarakat sekitar yang lewat, mengetahui adanya Klinik Hewan Mitra Satwa. Banyaknya masyarakat Samarinda berstatus ekonomi menengah keatas memiliki hewan kesayangan, seperti kucing dan anjing dan masyarakat menengah kebawah yang memiliki unggas atau ternak yang masih berkembang untuk divaksinasi agar bisa mencegah infeksi atau penyakit yang tidak diinginkan.
Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	Cukup banyak masyarakat tidak mengetahui adanya Klinik Hewan Mitra Satwa, di jalan DI Panjaitan Samarinda dan kurang mendapatkan informasi mengenai pelayanan dan perawatan yang ada di Klinik Hewan Mitra Satwa karena kurangnya memberi informasi melalui media cetak, seperti Leaflet, brosur, dan sebagainya.
Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Ada kesempatan untuk merencanakan strategi promosi yang lebih baik dengan menciptakan media promosi yang menarik kepada masyarakat luas khususnya kota Samarinda.
Ancaman ( <i>Threats</i> )	Di Kota Samarinda terdapat lebih dari 20 petshops dan lebih dari 5 Klinik Hewan, akan menjadi persaingan bagi Klinik Hewan Mitra Satwa. Dengan adanya ancaman tersebut, maka Klinik Hewan Mitra Satwa harus meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

### C. Iklan Media Cetak Klinik Hewan Mitra Satwa

Istilah “iklan” (bahasa Melayu) berasal dari kata I’lan dari (bahasa Arab) yang artinya meneriakkan secara berulang-ulang. Iklan merupakan salah satu alat pemasaran (*marketing*) untuk memperlihatkan dan menjual produk dari perusahaan kepada masyarakat tertentu (*target audience*) dengan menggunakan elemen-elemen verbal dan visual melalui media yang efektif (Supriyono, 2010: 128). Sebagian besar iklan cetak memuat dua elemen yaitu elemen visual (seni rupa) dan elemen verbal (naskah). Elemen visual berupa ilustrasi (foto atau gambar), tipografi, bidang, atau gabungan beberapa unsur grafis. Sementara

elemen verbal terdiri dari judul (*headline*), subjudul (*subhead*), teks (*body copy*), dan *baseline* (slogan atau nama dan alamat perusahaan) (2012:133).

Periklanan bagi Klinik Hewan Mitra Satwa diarahkan untuk mempromosikan klinik melalui media cetak, seperti Reklame spanduk, brosur, *leaflet*, *wall sticker*, poster, kartu nama, *hanging mobile*, *wobbler*, *souvenir* cantik sebagai hadiah untuk pelanggan atau konsumen Klinik Hewan Mitra Satwa.

#### **D. Perancangan Media**

Strategi pemasaran desain media promosi klinik hewan ini dilakukan dengan menggunakan periklanan media cetak, dengan media promosi utama dan promosi penunjang, sebagai berikut:

1. Promosi Utama:
  - a. Sistem Tanda (*Sign System*)
  - b. Brosur
  - c. Leaflet
2. Promosi Penunjang:
  - a. Poster
  - b. Kartu nama
  - c. *Hanging Mobile*
  - d. *Wobbler*
  - e. *Souvenir: Mug Original, Mug Bambu, Tumbler, Payung, dan Pet beds*

## **E. Langkah Perancangan**

### **1. Pra Produksi**

#### *a. Layout Kasar (Rought Layout)*

Membuat rencana awal dalam penciptaan media dengan menggambar sketsa berupa coret-coretan melalui *alternative layout* dengan tujuan mencari tata letak atau susunan bentuk, teks, dan gambar kemudian menyusun font yang akan dipakai dalam perancangan font Forte, Berlin Sans FB Demi, Cooper Black, Arial, dan Franklin Gothic Heavy.

#### *b. Pemilihan Layout (Comprehensive Layout)*

Setelah membuat layout gagasan kemudian dikembangkan menjadi layout kasar dengan merevisi kembali pembuatan desainnya.

#### *c. Layout Lengkap (Complete Layout)*

*Layout* lengkap merupakan titik akhir dari pembuatan *layout* gagasan dan kasar yang telah sempurna dalam bentuk jadi dan dapat dilihat, dinikmati, dan dipahami konsepnya.

### **2. Produksi**

Rancangan praproduksi yang telah ditentukan kemudian dipindahkan pada perangkat keras yaitu *Hardware* (komputer) dan perangkat lunak (*Software*) Adobe photoshop CS3 dan CorelDraw X4 untuk mendesain rancangan media promosi yang dibuat.

### **3. Pascaproduksi**

Pada tahap pascaproduksi, pencipta media promosi akan melihat dan meneliti rancangan yang dibuat, apakah sudah benar dalam perancangannya yang

terdiri dari penyusunan elemen-elemen dalam iklan. Kemudian rancangan yang telah sempurna ditindaklanjuti dengan proses pencetakan *print*, dengan alat *digital printing*.

## F. Perencanaan Media

### 1. Tujuan Media

Media sebagai alat promosi yang baik, menarik, komunikatif, dan orisinal akan dapat memengaruhi, membujuk, sekaligus mengingatkan target *audience* sehingga *audience* berpersepsi untuk memenuhi kebutuhannya dari Klinik Hewan Mitra Satwa.

<b>Geografis</b>	Nasional: Kalimantan Timur  Urban: Samarinda Utara dan Samarinda Selatan
<b>Demografis</b>	Dalam pembangunan masyarakat Kalimantan cukup berkembang, masyarakat kelas menengah atas banyak memiliki peliharaan hewan kesayangan, khususnya kucing dan anjing namun adapula yang memiliki ternak atau unggas khususnya masyarakat kelas menengah ke bawah. Pada tahun 2011, banyak masyarakat Samarinda seperti komunitas Koper's memelihara hewan reptil, reptil sebagai salah satu peliharaan baru bagi mereka, yang dianggap unik < <a href="http://www.kaltimpost.co.id/berita/detail/7531/ajak-bersahabat-dengan-reptil.html">http://www.kaltimpost.co.id/berita/detail/7531/ajak-bersahabat-dengan-reptil.html</a> diunduh tanggal 4 Februari 2013>. Merawat anjing dan kucing dengan biaya yang mahal, seperti pemeriksaan kesehatan, membeli pakan, dan grooming, tetapi bagi masyarakat disana tidak mempermasalahkan dengan harga perawatan yang terjangkau, karena hewan kesayangan merupakan salah satu makhluk hidup yang bernafas yang bisa disayangi dan diajak berkomunikasi. Rata-rata pemilik hewan kesayangan berusia 15 tahun keatas.
<b>Psikografis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masyarakat yang memiliki peliharaan hewan kesayangan, khususnya kucing, anjing dan kelinci</li> <li>• Masyarakat yang memiliki ternak atau unggas</li> </ul>

## 2. Strategi Media

### a. Media utama / *prime media*

Media utama yang akan digunakan sebagai media promosi utama yakni Leaflet dan brosur.

- 1) Sistem tanda (*Sign System*) merupakan media promosi utama bentuk system tanda (*sign system*) yang menjelaskan informasi dengan bahasa ringkas tentang petunjuk arah lokasi. Media ini menggunakan bahan material plat aluminium / coil berukuran 120 cm x 160 cm. Spanduk akan ditempatkan di muka kompleks Ruko CityTown dan di pertigaan Jl. Pangeran Mohammad Noor.
- 2) Leaflet merupakan salah satu media utama yang akan dipegang oleh pelanggan dan berisi informasi tentang Klinik Hewan Mitra Satwa yang terdiri dari pelayanan, fasilitas, dan tarif. Media ini menggunakan kertas *matte* berukuran A4, dua lembar (depan dan belakang). Leaflet-leaflet ini nantinya akan ditempatkan pada *display leaflet* yang di taruh atas meja kasir untuk mempermudah konsumen atau pelanggan mengetahui adanya media promosi.
- 3) Brosur merupakan media promosi utama yang menjelaskan informasi dengan bahasa ringkas, tentang Klinik Hewan Mitra Satwa. Brosur ini menggunakan kertas *matte* berukuran kecil dari Leaflet yakni 18, 5 cm x 10 cm. Brosur di tempatkan pada *display brosur* di atas meja kasir, untuk mempermudah konsumen atau pelanggan mengetahui adanya media promosi.

## **b. Media penunjang / *supporting media***

### **1) Poster**

Bagaimana menciptakan tampilan visual yang mampu merebut perhatian, seraya menjejalkan informasi yang mudah dicerna pembaca dalam hitungan detik. Poster harus mampu membujuk pembaca, membangkitkan keinginan untuk membeli melalui pesan-pesan yang singkat padat dan jelas (Supriyono: 2012, hal 158). Poster dengan ukuran A3 dan A2 sebagai media promosi penunjang yang berisi pengumuman Klinik Hewan Mitra Satwa tentang informasi pelayanan, informasi terbaru/*up date news*, dan sebagainya. *Placement* poster di pasangankan pada mika, kaca, dan dinding dengan tujuan mempermudah konsumen atau pelanggan mengetahui adanya informasi ketika mengunjungi ruangan *petshop* (lantai 1) dan ruang periksa (lantai 2).

### **2) Kartu nama**

Kartu nama merupakan perangkat bisnis yang dapat bercerita, menunjukkan identitas dan *image* perusahaan, dan sekaligus membujuk orang yang menerimanya. Lebih dari itu, kartu nama bisa menjembatani hubungan dengan orang yang baru dikenal (Supriyono, 2012: 116). Kartu nama berukuran 9 cm x5.5cm berisi tentang informasi identitas Klinik Hewan Mitra Satwa yang perlu dimuat, terdiri dari logo, nama perusahaan, nama dan jabatan pemilik kartu nama dan alamat perusahaan yang disertai dengan nomer telepon, faks, *e-mail* dan website.



### 3) *Hanging Mobile*

*Hanging mobile* adalah alat pajangan yang bergerak apabila kena angin. Penempatan *hanging mobile* dengan cara digantung di langit-langit ruangan Klinik Hewan Mitra Satwa. Alat pajangan berbentuk 2 dan 3 dimensi, berukuran standar A3. Alat pajangan ini berupa gambar logo, muka maskot, dan identitas lainnya. Tujuan *hanging mobile* ini untuk menciptakan suasana ruangan yang ceria.

### 4) *Wobbler*

Alat pajangan yang cara penempatannya di rak penjualan menggunakan plastik mika atau bahan sejenis, sehingga alat pajangan menjadi lentur dan bergerak dalam bentuk 2 dimensi. *Wobbler* ini berisi informasi yang baru *up date news* dan kotak kosong dengan tujuan untuk menginformasikan harga penjualan *pet shop* Klinik Hewan Mitra Satwa dan informasi lainnya.

### 5) *Souvenir*

*Souvenir* sebagai *supporting media* digunakan untuk mendukung nilai jual Klinik Hewan Mitra Satwa. *Souvenir* ini berupa hadiah seperti *mug* original, *mug* bambu, *tumbler*, payung dan *pet beds*. *Souvenir* cantik akan dibagikan kepada konsumen pada waktu tertentu, seperti setelah 5 x *grooming* atau 10 x *grooming*. Tujuan pembagian *souvenir* ini adalah sebagai daya tarik yang kuat dan dinamis terhadap motif pembelian konsumen.

#### 4. Program Media

##### a. Pelaksanaan program media

Program media dilaksanakan dengan estimasi waktu satu tahun dan disesuaikan pada perkembangan Klinik Hewan Mitra Satwa.

No	Media Promosi	Mar-Apr	Mei-Jun	Jul-Agus	Sep-Okt	Nov-Des	Jan-Feb
1.	Sistem Tanda ( <i>Sign System</i> )						
2.	Leaflet						
3.	Brosur						
4.	Poster						
5.	Kartu nama						
6.	<i>Hanging Mobile</i>						
7.	<i>Wobbler</i>						
8.	<i>Souvenir</i>						

Keterangan program media promosi:

1. Sistem Tanda (*Sign System*): Program Spanduk dilaksanakan selama satu bulan. Hal ini dilakukan dengan pemasangan *display* sistem tanda di muka ruko CityTown dan pertigaan Jl. Pangeran Mohammad Noor dengan tujuan memberikan informasi ringkas tentang Klinik Hewan Mitra Satwa dan petunjuk ke arah lokasi.
2. Leaflet: Program Leaflet dilaksanakan selama satu tahun, dilakukan dengan penyebaran melalui target yakni konsumen atau pelanggan yang datang ke Klinik Hewan Mitra Satwa dengan tujuan mendapatkan informasi lengkap, seperti pelayanan, fasilitas dan tarif.

3. Brosur: Program brosur dilaksanakan selama satu tahun, dengan penyebaran brosur kepada target konsumen yang ingin mengetahui informasi *up date news* dan lainnya.
4. Poster: Program poster yang berisi tentang informasi *up date news* dan peraturan titip sehat. dilaksanakan selama delapan bulan, poster dipasangkan pada dinding atau kaca ruangan strategis, artinya yang selalu dikunjungi ruangnya, misalnya pengunjung mendatangi ke bagian kasir maka ada beberapa poster yang bisa ditempelkan di dinding daerah kasir, ruang periksa, dan sebagainya.
5. Kartu nama: Dibagikan ke konsumen baru dan konsumen lama yg membutuhkan kartu nama selama program berlangsung satu tahun.
6. *Hanging Mobile*: Alat pajangan yang berisi tentang identitas seperti logo dan nama perusahaan dan suatu produk yang akan dipromosikan selama delapan bulan. *Hanging Mobile* ini dipasang pada langit-langit, di ruangan strategis seperti *Pet shop*, ruang tunggu, dll.
7. *Wobbler*: media informasi dengan bentuk *wobbler* akan dipasang di rak penjualan yang menggunakan plastik mika atau bahan sejenis sehingga *wobbler* menjadi lentur dan bergerak, *wobbler* ini menjelaskan mengenai harga produk yang dijual dan informasi *up to date*. *Wobbler* dipasang selama harga tidak ada perubahan dan informasi masih berlaku. *Wobbler* juga dipasang selama delapan bulan.
8. *Souvenir*: empat *souvenir* berupa *mug* original, *mug* bambu, *tumbler*, payung dan *pet beds* merupakan hadiah untuk setiap pelanggan melakukan 5 x *grooming* dan 10 x *grooming*. Setiap 5 x *grooming*, pelanggan bisa memilih salah satu

antaranya *mug* original dan *mug* bambu, kemudian bagi pelanggan yang ingin meneruskan programnya hingga 10x *grooming*, maka pelanggan dapat memilih salah satu tumbler, payung dan *pet beds*. *Souvenir* ini hanya berlaku selama enam bulan.

#### b. Estimasi biaya program media

No	Media Promosi	Jumlah	Rupiah
1.	Sistem Tanda (Sign System)	1 Paket: Rangka besi 3x3 cm tebal 1,4, Print spanduk <i>digital printing</i> , dan <i>single pole</i> . 2 Paket @ Rp 550.000	Rp 1.100.000
2.	Leaflet	70 Lembar @ Rp 5.000	Rp 350.000
3.	Brosur	70 Lembar @ Rp 2.500	Rp 175.000
4.	Poster Ukuran A2	2 Lembar @ Rp 30.000	Rp 60.000
	Poster Ukuran A3	5 Lembar @ Rp 5.500	Rp 27.500
5.	Kartu nama	1 Box @ Rp 18.000	Rp 18.000
6.	<i>Wobbler</i>	3 Lembar @ Rp 5.500	Rp 16.500
7.	<i>Hanging Mobile</i>	8 Lembar @ Rp 5.500	Rp 44.000
8.	<i>Souvenir</i>		
	a. <i>Mug</i> Original	25 buah @ Rp 20.000	Rp 500.000
	b. <i>Mug</i> Bambu	20 buah @ Rp 25.000	Rp 500.000
	c. <i>Tumbler</i>	10 buah @ Rp 27.500	Rp 275.000
	d. Payung	15 buah @ Rp 43.500	Rp 625.000
	e. <i>Pet beds</i>	10 buah @ Rp 50.000	Rp 500.000
<b>Total</b>			<b>Rp 4.191.000</b>

Catatan: Estimasi anggaran masih perkiraan kasar.

#### G. Perencanaan Kreatif

##### 1. Tujuan Kreatif

Dari segi media promosi, tujuan kreatif ini dilakukan untuk menciptakan informasi yang komunikatif, jelas dan lengkap sehingga dapat diterima masyarakat. Informasi yang komunikatif akan mempermudah pemberian informasi, usaha membujuk, dan upaya mengenalkan Klinik Hewan Mitra Satwa.

## **2. Konsep Kreatif**

Media promosi dibuat dengan gaya sederhana karena mengutamakan pada informasi dalam bahasa ringkas dan dilengkapi visual (gambar) yang menarik sekaligus memberi warna karakter Klinik Hewan Mitra Satwa.

## **3. Strategi Kreatif**

Dari unsur teks dan elemen-elemen visual pada media promosi yang digunakan menjadi suatu komposisi yang harmonis, komunikatif, dan menarik.

## **H. Konsep Visual**

### **a. Tujuan Visual**

Visual merupakan alat komunikasi dalam media promosi. Visual mencakup beberapa pesan atau informasi yang jelas melalui logo sebagai identitas, teks yang jelas, dan warna yang khas.

### **b. Strategi Visual**

#### **1. Warna**

Dua warna yang menjadi khas atau karakter Klinik Hewan Mitra Satwa, yaitu ungu dan hijau. Warna ungu merupakan simbol dari kedokteran hewan dan hijau adalah warna pilihan Klinik Hewan Mitra Satwa untuk mendominasi warna ungu. Dua warna pokok inilah yang menjadi warna untuk media promosi Klinik Hewan Mitra Satwa sebelumnya dan sekarang.

#### **2. Warna Pokok**

##### **a. Hijau**

*Components Colour:*

C = 52, M = 4, Y = 99, K = 0

R = 102, G = 178, B= 47



Pilihan warna hijau tua ke muda, seperti warna gambar di atas merupakan pilihan utama dari Klinik Hewan Mitra Satwa sebagai warna khas. Hijau mempunyai makna yaitu memberi rasa aman, menyembuhkan, perlindungan dan membangkitkan energi karena hijau adalah warna alam.

b. Ungu biru (*Blue Purple*)

*Components Colour:*

C = 40, M = 100, Y = 0, K= 0

R = 144, G = 30, B= 120



Pilihan warna ungu biru (blue purple) merupakan pilihan kedua warna pokok dari Klinik Hewan Mitra Satwa, warna ungu biru meyerupai dengan warna ungu yang juga sebagai simbol warna dari kedokteran hewan yang merupakan keagungan.

### 3. Huruf (*Font*)

#### a. Huruf Forte

## ***Forte Font***

Huruf Forte merupakan jenis *scrip font*. Huruf Forte menyerupai goresan kuas, pena, dan pensil. Huruf Forte ini mirip dengan huruf latin, namun memiliki ketebalan, sehingga memudahkan masyarakat untuk membaca teks huruf forte. Huruf forte dipakaikan pada nama logo “Mitra Satwa”. Forte juga mengesankan pada keakraban dengan Mitra Satwa. Mitra adalah teman dan Satwa adalah hewan, maka huruf Forte sangat cocok untuk dipakai pada nama logo tersebut.

#### b. Huruf Berlin Sans FB Demi

## **Berlin Sans FB Demi Font**

Huruf Berlin Sans FB Demi merupakan jenis Sans Serif, yang tidak ada ujung atau sirip. Huruf ini juga memiliki ketebalan yang modern dan emosional. Huruf ini dipakai untuk kalimat slogan “Merawat dan Melayani Tanpa Batas” pada media promosi Klinik Hewan Mitra Satwa. Huruf yang tebal dan modern ini memudahkan dan mengingatkan kepada masyarakat yang membaca slogan tersebut.

- c. Huruf Cooper Black

## **Cooper Black Font**

Huruf Cooper Black adalah jenis Serif model bulat. Huruf Cooper Black dipakai pada judul media promosi yang berisi tentang informasi tarif dan fasilitas Klinik Hewan Mitra Satwa. Huruf juga memiliki ketebalan sehingga memudahkan pembaca untuk membaca pesan / informasi.

- d. Huruf Arial

## **Arial Font**

Huruf Arial ini populer dan sering dipakai pada teks apapun. Huruf Arial merupakan huruf jenis Sans serif, huruf yang tidak memiliki ekor. Huruf Arial dipakai dalam teks isi media promosi Klinik Hewan Mitra Satwa karena huruf ini juga jelas dibaca dan memberi kesan hangat.

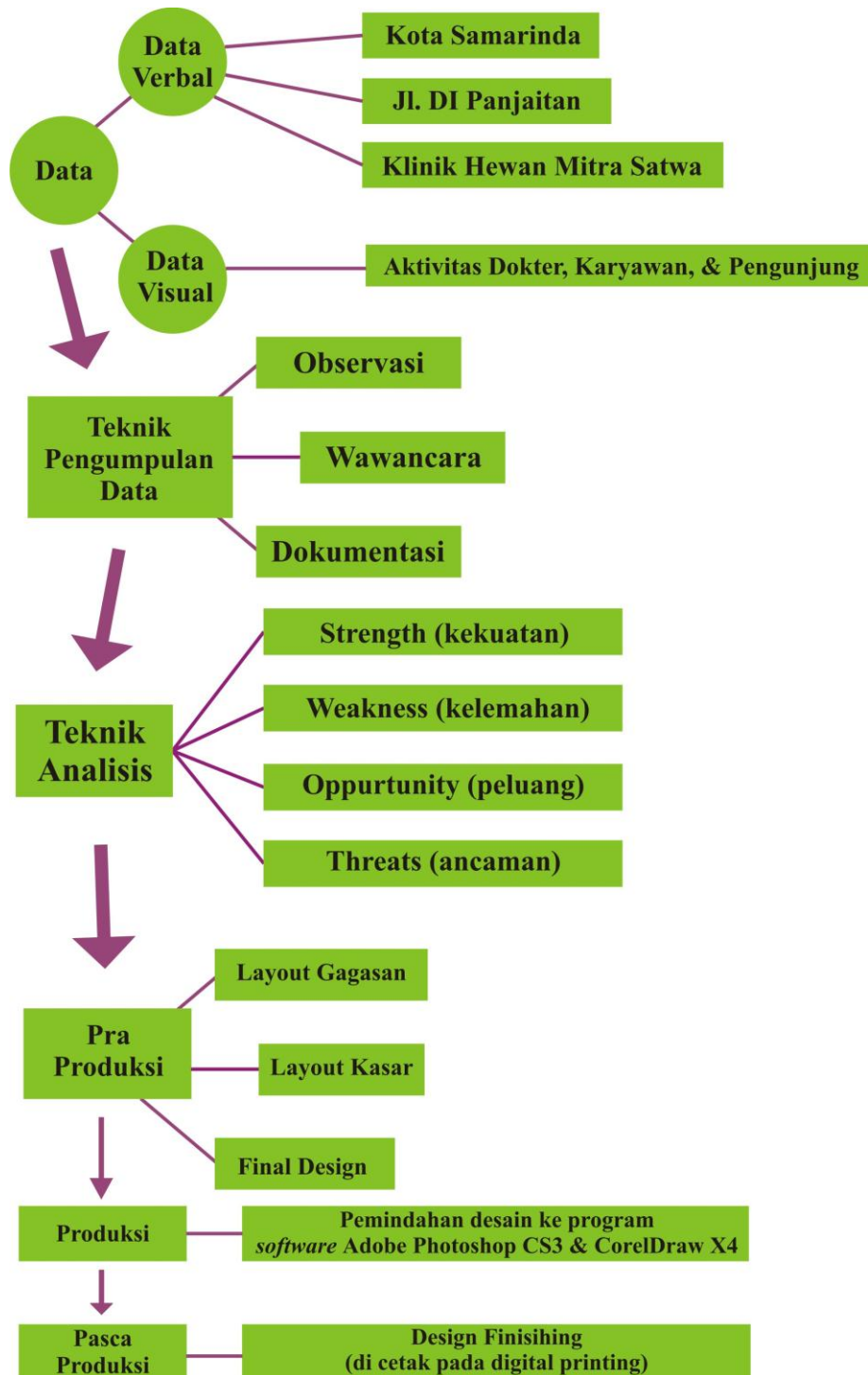
- e. Huruf Franklin Gothic Heavy

## **Franklin Gothic Heavy**

Huruf Franklin Gothic Heavy merupakan jenis kelompok sans serif yang telah digunakan banyak iklan dan berita utama di surat kabar. Bentuk huruf tipografinya yang tegas dan jelas dibaca. Tidak ada kontraks pada lebar strokenya dengan kata lainnya memiliki lebar yang sama, karena kesan bentuk-bentuk lengkungnya yang dibuat sedikit berbentuk kotak.



### C. Skema Perancangan



## **BAB IV**

### **VISUALISASI DAN PEMBAHASAN KARYA**

#### **A. Visual pada *Space* Desain**

Usaha perbaikan media promosi Klinik Hewan Mitra Satwa dilakukan dalam upaya meningkatkan kualitas media promosi Klinik Hewan Mitra Satwa secara efektif, efisien, dan komunikatif. Untuk mencapai tujuan ini dibutuhkan pengembangan promosi melalui desain media promosi utama dan media promosi penunjang yang berkualitas. Konsep pengembangan desain media promosi menggunakan visualisasi yang terdiri dari elemen verbal dengan menggunakan unsur teks iklan dan elemen visual dengan menggunakan ilustrasi gambar hewan atau binatang. Anjing, kucing, dan burung dalam hal ini menjadi objek visual dalam bentuk ilustrasi gambar yang diolah desainer dengan *software* CorelDraw X3 dan ilustrasi foto berupa aktivitas kegiatan dokter, karyawan dan konsumen Klinik Hewan Mitra Satwa.

#### **1. Visualisasi Ilustrasi Gambar**

##### **a. Ilustrasi gambar Kucing *Abysinian* dan Anjing *Bulldog***



Gambar X: Anjing mandi,  
diunduh tanggal 27 Maret 2013  
di internet: [www.mychoicetfreedom.com](http://www.mychoicetfreedom.com)



Gambar XI: Kucing dan anjing sedang  
menggosok tubuh dengan sikat di *bathtube*

#### 1) Ide bentuk

Ide bentuk ilustrasi gambarkucing dan anjing yang berlumuran busa sabun di*bathtub* berasal dari gambar dua anjing yang sedang mandi di *bathtub* yang berasal dari sebuah gambar yang diunduh dari internet. Gambar dua anjing yang sedang mandi ini disamakan dengan hewan yang sedang di-*grooming* sebagai salah satu fasilitas dari Klinik Hewan Mitra Satwa.

#### 2) Ide Warna

Ide warna yang diberikan pada kucing dan anjing adalah coklat serta oranye yang merupakan warna umum yang biasanya ada pada tubuh kucing dan anjing dalam kehidupan nyata.

#### 3) Visualisasi Ilustrasi gambar

Gambar hasil visualisasi memperlihatkan kucing dan anjing sedang menggosok badan dengan sikat di-*bathtub*. Sikat untuk menggosok badan termasuk alat yang digunakan dalam pembersihan bulu kucing dan anjing di Klinik Hewan Mitra Satwa.

#### 4) Langkah Pembuatan Ilustrasi gambar

Langkah pertama dilakukan dengan mengunduh gambar anjing di internet. Gambar ini kemudian disederhanakan dengan Bezier Tool pada Tools di CorelDRAW X4. Dalam hal ini kucing diberi warna oranye dan anjing diberi warna coklat.

Objek visual gambar anjing dan kucing ini diterapkan pada poster dan *wobbler up date news* tentang *grooming* di Klinik Hewan Mitra Satwa.

b. Ilustrasi gambar Burung Pelatuk Bawang



Gambar XII: Burung Pelatuk Bawang, diunduh tanggal 27 maret 2013 di internet: [www.indianetzone.com](http://www.indianetzone.com)



Gambar XIII: Burung Pelatuk Bawang berdiri di atas plat sedang memukul plak bertulisan "STOP" (Sumber: Zheitta: 2013)

1) Ide bentuk

Ide bentuk ilustrasi gambar burung Pelatuk Bawang berasal dari gambar burung Pelatuk Bawang berdiri di batang pohon yang diperoleh dari gambar di internet. Gambar burung Pelatuk Bawang ini juga digunakan sebagai salah satu ikon jenis burung Klinik Hewan Mitra Satwa, selain kucing dan anjing. Burung Pelatuk Bawang merupakan spesies burung khas di Kawasan Oriental seperti Asia Timur, Asia Selatan dan Asia Tenggara. Di Indonesia, burung Pelatuk Bawang dapat dijumpai di Sumatera, Jawa, Bali dan juga di Kalimantan. Burung ini biasa mendiami kawasan hutan lembab, semak belukar dan area terbuka. Berkurangnya spesies dari burung pelatuk ini sangat cepat dan terancam kepunahan. Salah satu upaya melestarikan burung Pelatuk Bawang agar tidak terancam punah maka dengan cara penangkaran terhadap burung Pelatuk Bawang juga dipakai sebagai salah satu ikon dalam bentuk media *sign system* (petunjuk arah) dan salah satu wujud sosialisasinya.

## 2) Ide Warna

Ide warna yang diberikan pada burung Pelatuk Bawang adalah merah, oranye, kuning, krim, dan hitam sebagai warna yang mirip dengan burung pelatuk dalam kehidupan nyata.

## 3) Visualisasi Ilustrasi gambar

Ilustrasi gambar burung Pelatuk Bawang memuat plat “STOP” dibuat karena gambar burung Pelatuk Bawang memiliki daya tarik untuk meningkatkan pelestarian burung pelatuk dan plat “STOP” memiliki efek kejut dan mampu memacu ingatan khalayak.

## 4) Langkah Pembuatan Ilustrasi gambar

Langkah pertama dilakukan dengan mengunduh gambar burung Pelatuk Bawang di internet. Gambar ini kemudian disederhanakan dengan Bezier Tool pada Tools di CorelDRAW X4 dan diberi warna merah, oranye, kuning, krim, dan hitam.

Objek visual gambar burung Pelatuk Bawang diterapkan pada media utama papan petunjuk arah menuju ke Klinik Hewan Mitra Satwa.

## c. Ilustrasi gambar Kucing *Abysinian* Tersenyum



Gambar XIV: Kucing *Abysinian*, diunduh tanggal 27 maret 2013 di internet:  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Abysinian\\_%28cat%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Abysinian_%28cat%29)



Gambar XV: Kucing *Abysinian* Tersenyum (Sumber: Zheitta: 2013)

1) Ide bentuk

Ide bentuk ilustrasi gambar wajah kucing tersenyum berasal dari gambar anak kucing *Abysini* dari internet. Ekspresi wajah tersenyum anak kucing *Abysinian* diharapkan dapat memengaruhi pembaca atau masyarakat untuk tersenyum dan merasa bahagia. Kucing *Abysinian* mempunyai kecerdasan tinggi, kucing ini senang berada disekitar manusia, selalu ingin tahu apa yang dikerjakan pemiliknya, dan menjadi salah satu kucing yang disukai manusia. Sehingga kucing *Abysinian* dijadikan salah satu ilustrasi gambar sebagai daya tarik pembaca.

2) Ide Warna

Ide warna yang diberikan pada kucing *Abysinian* adalah oranye sebagai warna yang mirip dengan kucing *Abysinian* senyatanya.

3) Visualisasi Ilustrasi gambar

Ilustrasi gambar wajah kucing *Abysinian* sedang tersenyum

4) Langkah Pembuatan Ilustrasi gambar

Langkah pertama dilakukan dengan mengunduh gambar kucing *Abysinian* di internet yang kemudian disederhanakan dengan Bezier Tool pada Tools di CorelDRAW X4 dan diberi warna oranye.

Objek visual gambar kucing *Abysinian* diterapkan pada media penunjang yakni kartu nama Klinik Hewan Mitra Satwa.

d. Ilustrasi gambar Kucing Memegang Troli Belanja



Gambar XVI: Anjing kecil memegang troly berisi tulang, diunduh tanggal 27 Maret 2013 di internet: [www.alldogblog.com](http://www.alldogblog.com)



Gambar XVII: Kucing *Abyssinian* memegang troli belanja berisi ikan (Sumber: Zheitta: 2013)

1) Ide bentuk

Ide bentuk ilustrasi gambar kucing tertawa memegang troli berasal dari gambar anjing bergaya di samping troli di internet. Gambar kucing tertawa memegang troli ini memberi makna bahwa terdapat fasilitas *petshop* di Klinik Hewan Mitra Satwa.

2) Ide Warna

Ide warna yang diberikan pada gambar kucing adalah oranye yang merupakan warna yang mirip dengan kucing *Abyssinian* yang nyata. Dua gambar kucing *Abyssinian* ini diberi warna kostum atau pakaian yang berbeda yakni merah muda dan biru muda.

### 3) Visualisasi Ilustrasi gambar

Kedua ilustrasi gambar kucing *Abysinian* bergaya sama dengan wajah ekspresi tertawa dan memegang troli belanja berisi ikan.

### 4) Langkah Pembuatan Ilustrasi gambar

Langkah pertama dilakukan dengan mengunduh gambar kucing *Abysinian* di internet yang kemudian disederhanakan dengan Bezier Tool pada Tools di CorelDRAW X4 dan diberi warna oranye serta warna kostum atau pakaian yang berbeda yakni merah muda dan biru muda.

Objek visual gambar kucing abysinian diterapkan pada media penunjang yakni *wobbler* yang dipasang pada rak-rak penjualan di Klinik Hewan Mitra Satwa.

### e. Ilustrasi gambar Kucing, Anjing, dan Burung tidur



Gambar XVIII: Burung Kakak Tua ngantuk, diunduh desainer tanggal 27 April 2013 di internet: <http://fireflyforest.net/firefly/2005/12/03/great-horned-owls-in-the-treetops/>



Gambar XIX: Kucing dan Anjing tidur di atas kain, diunduh desainer tanggal 27 April 2013 di internet: [www.vemale.com](http://www.vemale.com)





Gambar XX: Tidur bersama  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1) Ide bentuk

Ide bentuk gambar kucing, anjing dan burung tidur bersama, berasal dari gambar anjing dan kucing serta burung kakak tua dari internet. Gambar kucing, anjing dan burung tidur bersama memberi makna fungsi *pet beds*, yang diberikan oleh Klinik Hewan Mitra Satwa berupa *souvenir*.

2) Ide Warna

Ide warna yang diberikan pada gambar kucing adalah oranye merupakan warna yang mirip dengan kucing abysinian nyata. Warna gambar anjing adalah coklat seperti warna anjing pada umumnya. Warna burung kakak tua adalah ungu dan biru, karena memberi kesan yang berbeda dari burung kakak tua aslinya.

3) Visualisasi Ilustrasi gambar

Ilustrasi gambar anjing dan kucing tidur berdampingan dan burung tidur di atas tubuh anjing. Ketiga ilustrasi gambar ini tidur bersama menunjukkan kebersamaan atau kekompakan seperti arti Mitra Satwa.

4) Langkah Pembuatan Ilustrasi gambar

Langkah pertama dilakukan dengan mengunduh gambar kucing dan anjing tidur serta burung kakak tua di internet, kemudian disederhanakan dengan Bezier Tool pada Tools di CorelDRAW X4 dan diberi warna oranye pada kucing, warna

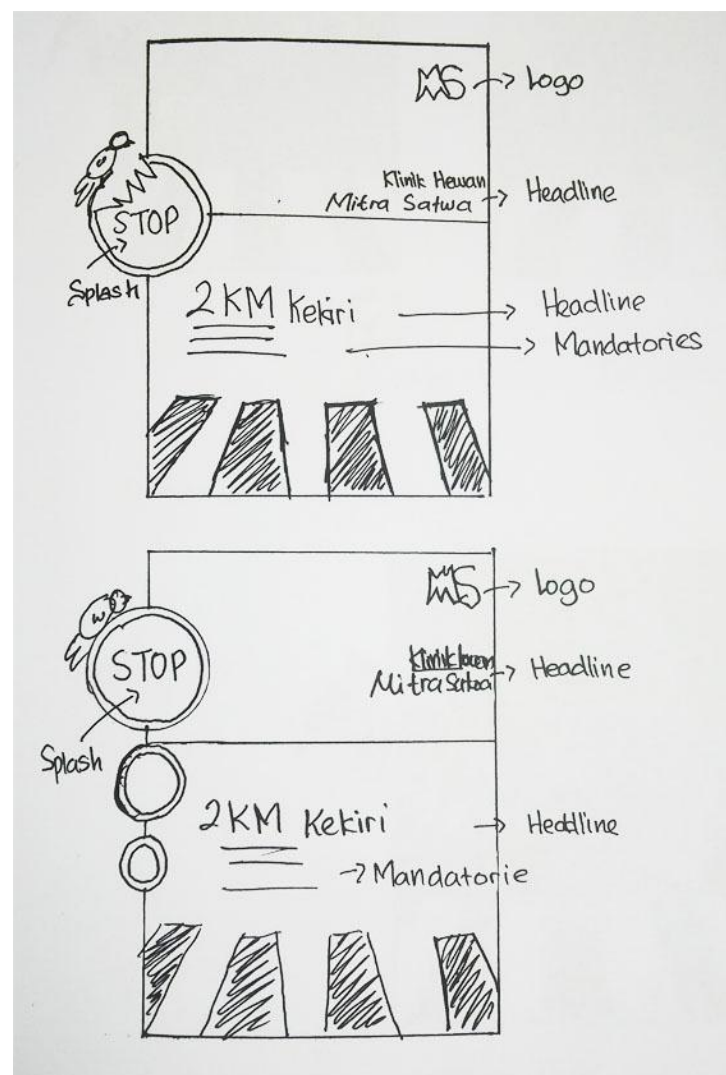
coklat untuk anjing, dan burung diberi warna biru dan ungu. Objek visual gambar kucing, anjing, dan burung diterapkan pada media penunjang yakni *souvenirpet beds* sebagai daya tarik.

## B. Pengembangan Desain Media Promosi

### 1. Media Utama Sign System 1

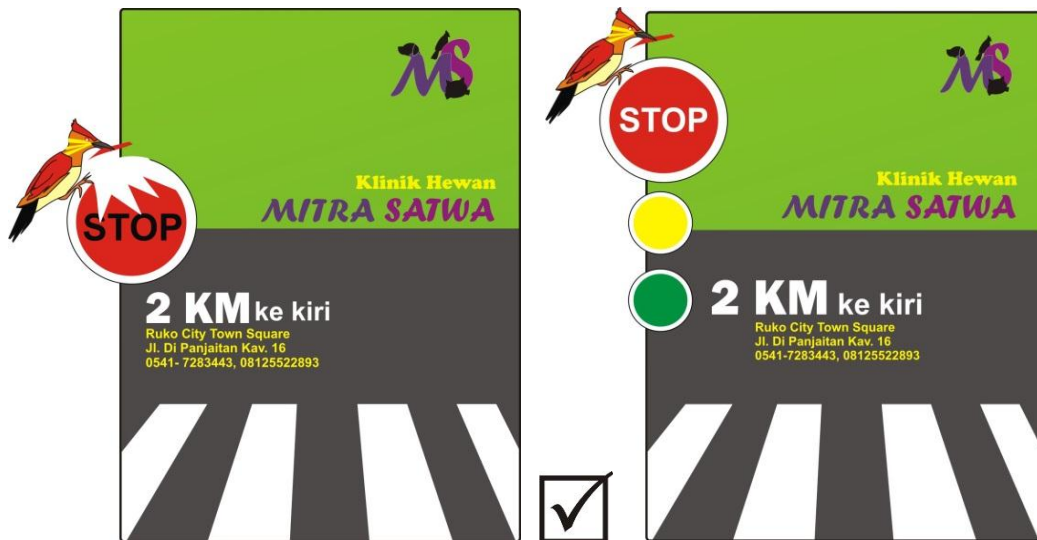
#### a. Sign System

##### 1) Layout Kasar Sign System 1



Gambar XXI: Layout Kasar Sign System 1  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar XXII: Pemilihan Desain *Sign System* 1  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 3) Desain terpilih



Gambar XXIII: Gambar terpilih *Sign System* 1  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *Sign system* papan petunjuk arah
2. Ukuran : 120 cm x 160 cm
3. Format : *Portrait*
4. Bahan /Material : Kain *Vinyl* (spanduk), Plat Aluminium / Coil, rangka besi 3x3cm, tebal 1,4cm, tiang (*single pole*)
5. Verbal :

a. Teks: Berupa kata *splash*, penunjuk arah lokasi, alamat dan nomer telepon.

Teks antara lain:

- Kata Splash “STOP” (Arial)
- Penunjuk jalan: 2 KM Ke Kiri (Fraklin Gothic Heavy)
- *Contacts Person*: 0541-7283443, 081 255 228 93(Arial)
- Alamat: Ruko City Town Square, Jl. DI Panjaitan KAV-16 (Arial)

b. Identitas : Nama dan Logo Klinik Hewan Mitra Satwa

c. Visualisasi :

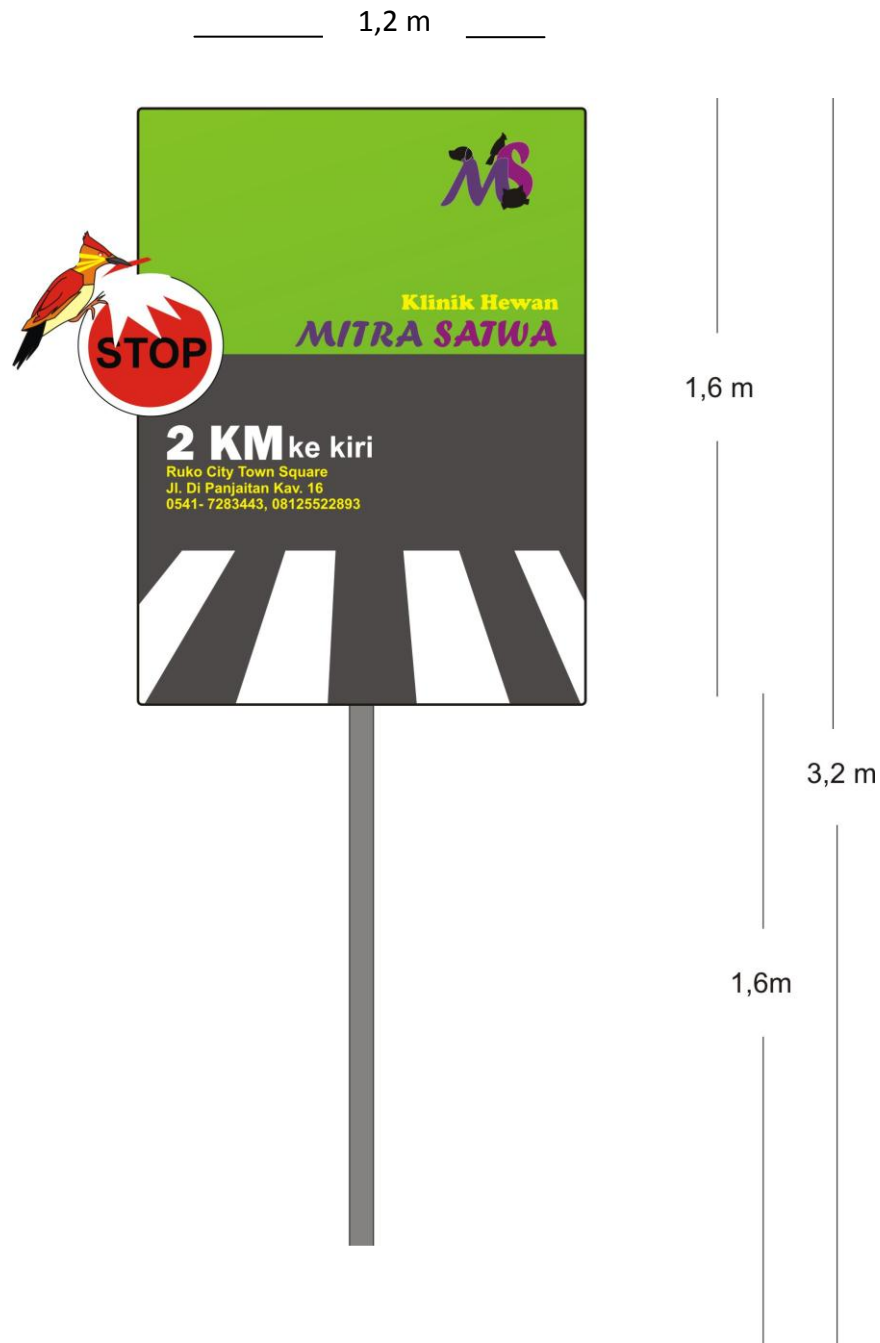
- Ilustrasi: Ilustrasi gambar jalan raya dan *zebracross* ini dimaksudkan sebagai ruang publik yang dapat dimasuki atau dilewati setiap orang. Penciptaan ilustrasi gambar jalan raya dan *zebracross* dibuat dengan tujuan penyampaian pesan bahwa lokasi Klinik Hewan Mitra Satwa dapat dicapai melalui jalan raya dengan jarak dua kilo meter. Ilustrasi gambar burung Pelatuk Bawang sedang memakan sebagian plat simbol “STOP” dimaksudkan sebagai daya tarik pembaca dan digunakan mengingatkan kepada masyarakat untuk melestarikan satwa burung Pelatuk Bawang yang hampir punah. Kata “STOP”

dimaksudkan sebagai kejutan untuk memacu pembaca memperhatikan *sign system* (petunjuk arah).

- Warna: Penunjuk arah lokasi menggunakan teks “2 KM ke kiri” berwarna putih agar terlihat jelas. *Background* menggunakan gradasi komponen warna hijau pilihan dengan ukuran C: 52, M:4, Y:99, K:0kemudian dipadukan warna Chartreuse (hijau muda). Permukaan pada *background* terdapat gambar jalan dan zebra cross dengan warna 90% hitam dan putih. Burung Pelatuk menggunakan warna merah, oranye, kuning, krim, dan hitam sebagai warna yang mirip dengan burung pelatuk dalam kehidupan nyata. Rambu perintah “STOP” berbentuk bulat berwarna merah menyala dan tulisan “STOP” menggunakan warna hitam 100% sehingga rambu perintah terlihat jelas dan mudah ditangkap oleh panca indera mata.
- Komposisi: Bentuk *Sign System* menggunakan format portait berbentuk persegi panjang. Pembagian ruang dibuat kesan formal. Ilustrasi rambu perintah “STOP” dan burung Pelatuk dengan komposisi sebagian keluar kekiri dari bentuk *sign system* sehingga memberi kesan yang berbeda. Penggunaan tipografi pada kata *Splash* “STOP” menggunakan huruf Arial dan penunjuk jalan: 2 KM ke kirimenggunakan huruf Fraklin Gothic Heavy. Pada bagian *mandatories* menggunakan huruf Arial. Huruf Arial dan Fraklin Gothic Heavy termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran

kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

d. Konstruksi:

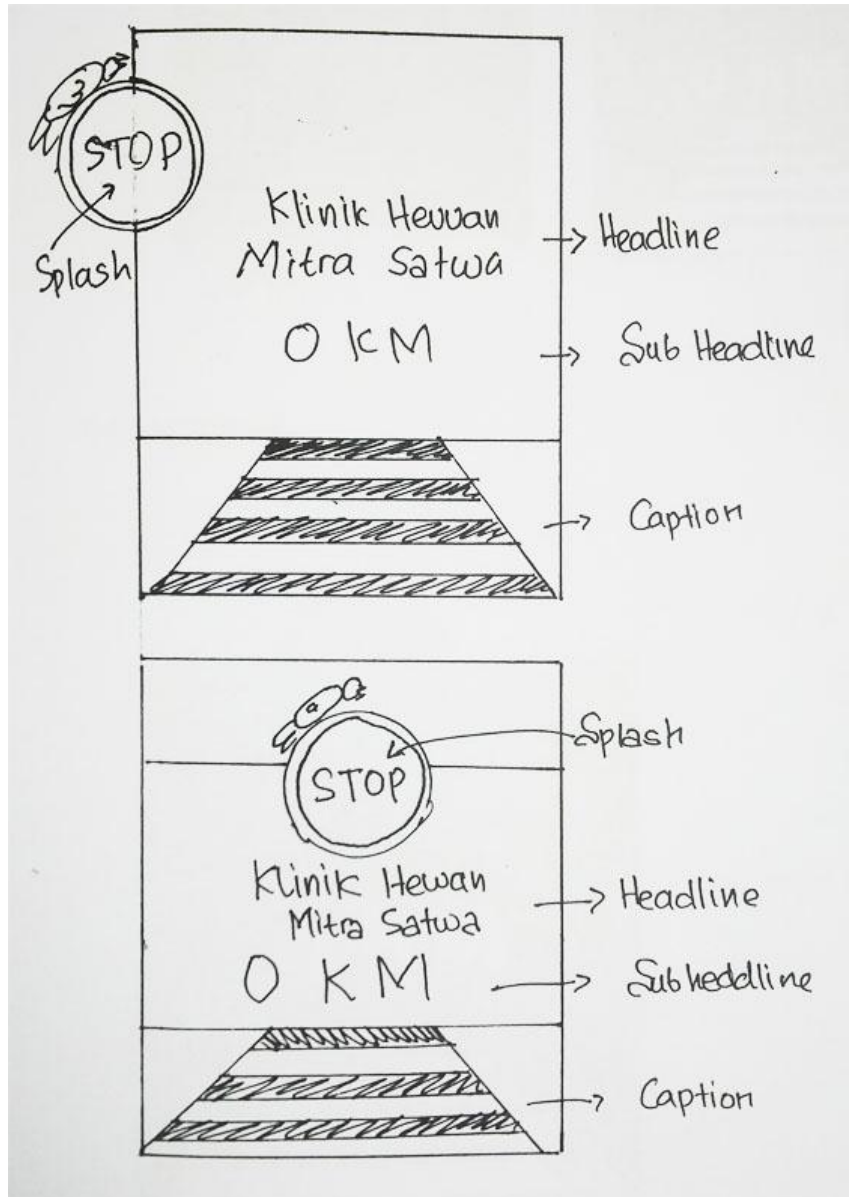


Gambar XXIV: Kontruksi *Sign System 1*  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2. Media Utama Sign System 2

### a. Sign System

#### 1) Layout KasarSign System 2



Gambar XXV: Layout KasarSign System 2  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar XXVI: Pemilihan Desain *Sign System 2*  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 3) Desain terpilih



Gambar XXVII: Desain terpilih *Sign System 2*  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *Sign system* papan petunjuk arah
2. Ukuran : 120 cm x 160 cm
3. Format : *Portrait*



4. Bahan /Material : Kain *Vinyl* (spanduk), Plat Aluminium / Coil, rangka besi 3x3cm, tebal 1,4cm, tiang (*single pole*)

5. Verbal :

a. Teks: Berupa kata *splash*, penunjuk arah lokasi, alamat dan nomer telepon.

Teks antara lain:

- Kata Splash “STOP” (Arial)
- Penunjuk jalan: 0 KM (Fraklin Gothic Heavy)

b. Identitas : Nama dan Logo Klinik Hewan Mitra Satwa

c. Visualisasi :

- Ilustrasi : Ilustrasi gambar jalan raya dan *zebracross* ini dimaksudkan sebagai ruang publik yang dapat dimasuki atau dilewati setiap orang. Penciptaan ilustrasi gambar jalan raya dan *zebracross* dibuat dengan tujuan penyampaian pesan bahwa lokasi Klinik Hewan Mitra Satwa dapat dicapai dengan melalui jalan raya dengan jarak nol kilo meter, artinya posisinya Klinik Hewan Mitra Satwa sudah berada di dekat seseorang dengan langkah menyeberang. Ilustrasi gambar burung Pelatuk sedang berdiri di atas plat simbol “STOP” sebagai daya tarik pembaca dan mengingatkan kepada masyarakat untuk melestarikan satwa burung Pelatuk yang hampir punah. Kata “STOP” sebagai kejutan untuk memacu pembaca memperhatikan *sign system* (petunjuk arah).
- Warna: Penunjuk arah lokasi menggunakan teks “0 KM” berwarna putih agar terlihat jelas. *Background* menggunakan gradasi komponen warna hijau pilihan dengan ukuran C: 52, M:4, Y:99, K:0kemudian dipadukan

warna Chartreuse (hijau muda). Permukaan pada *background* terdapat gambar jalan dan zebra cross dengan warna 100% hitam dan putih. Burung Pelatuk menggunakan warna merah, oranye, kuning, krim, dan hitam sebagai warna yang mirip dengan burung pelatuk dalam kehidupan nyata. Rambu perintah “STOP” berbentuk bulat berwarna merah menyala dan tulisan “STOP” menggunakan warna hitam 100% sehingga rambu perintah terlihat jelas dan mudah ditangkap oleh panca indera mata.

- Komposisi: Bentuk *Sign System* menggunakan format portait berbentuk persegi panjang. Pembagian ruang dibuat kesan formal. Bagian atas terdapat ilustrasi rambu perintah “STOP” dan burung Pelatuk. Bagian tengah terdapat teks “0 KM” dan bagian bawah terdapat ilustrasi gambar gambar jalan dan zebra cross. Penggunaan tipografi pada kata *Splash* “STOP” menggunakan huruf Arial dan penunjuk jalan: 0 KM menggunakan huruf Fraklin Gothic Heavy. Huruf Arial dan Fraklin Gothic Heavy termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

d. Konstruksi:

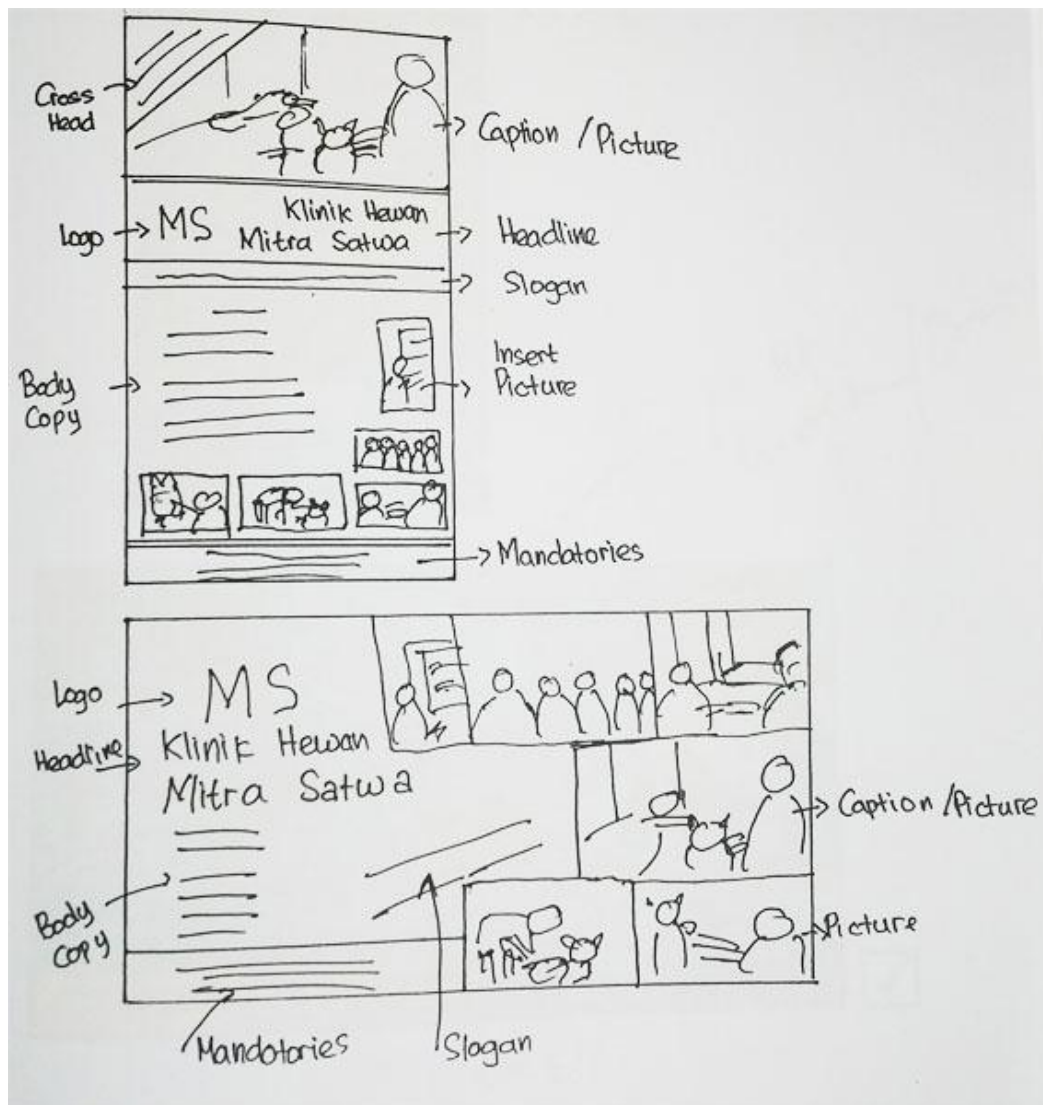


Gambar XXVI: Kontruksi *Sign System 2*  
(Sumber: Zheitta: 2013)

### 3. Media Utama Brosur

#### a. Brosur

##### 1) *Layout Kasar* Brosur



Gambar XXIX: *Layout Kasar Brosur*  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar XXX: Pemilihan Desain Brosur  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 3) Desain terpilih



Gambar XXXI: Desain terpilih Brosur  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : Brosur
  2. Ukuran : 14 cm x 8 cm
  3. Format : *Portrait*
  4. Bahan : Kertas Matter Paper 150 gram
  5. Verbal :
- a. Teks: Berupa slogan, pelayanan, alamat, dan nomer telepon.

Teks antara lain:

- Slogan : Merawat dan Melayani Tanpa Batas (Berlin Sans FB Demi)
  - Pelayanan : Praktek dokter hewan, salon sehat (*grooming*), rawat inap, titip sehat, *pet shop*, dan *house call* (Arial )
  - *Contacts Person*: 0541-7283443, 081 255 228 93(Arial)
  - Alamat: Ruko City Town Square, Jl. DI Panjaitan KAV-16 (Arial)
- b. Identitas : Nama dan Logo Klinik Hewan Mitra Satwa

### c. Visualisasi

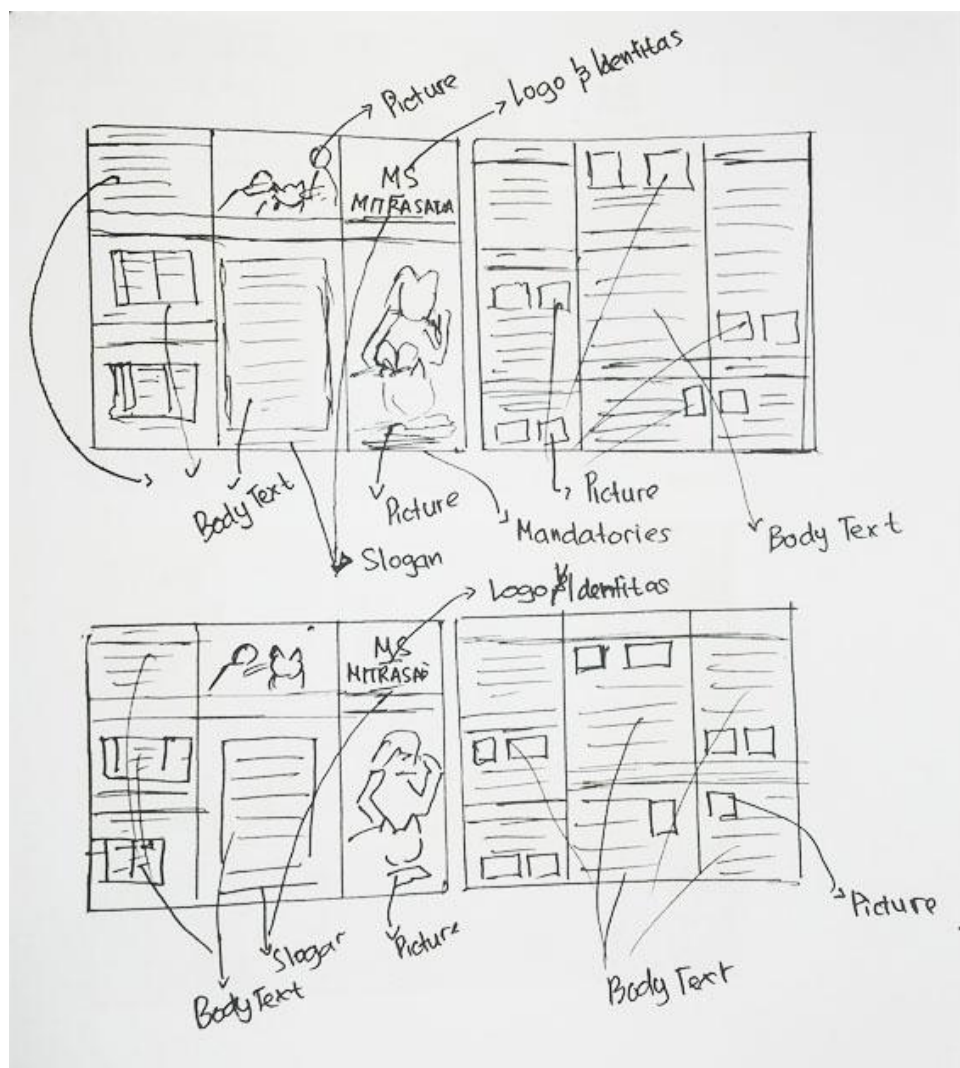
- Ilustrasi: Brosur menggunakan enam ilustrasi foto kegiatan aktivitas dokter dan karyawan dengan tujuan memberikan informasi tentang pelayanan dan fasilitas Klinik Hewan Mitra Satwa. Pembagian ruang untuk ilustrasi foto dibuat rapi dan kesan formal.
  - Warna: *Background* brosur menggunakan gradasi komponen warna hijau pilihan dengan ukuran C: 52, M:4, Y:99, K:0kemudian dipadukan warna Chartreuse (hijau muda). Bagian *mandatories* menggunakan warna kuning menyala agar terlihat jelas tulisan *mandatories*-nya.
  - Komposisi: Bentuk brosur menggunakan format *landscape* berbentuk persegi panjang. Pembagian ruang dibuat kesan formal. Bagian atas kiri terdapat logo dan nama usaha Klinik Hewan Mitra Satwa, kemudian bagian bawah kiri terdapat teks tentang pelayanan Klinik Hewan Mitra Satwa serta paling bawah terdapat *mandatories* tentang alamat, nomer telepon dan nomer fax. Bagian kanan dari atas hingga bawah terdapat enam foto kegiatan aktivitas dokter dan karyawan, namun dipermukaan gambar foto terdapat slogan “Merawat dan Melayani Tanpa Batas” dengan tujuan mengingatkan kepada pembaca tentang slogan tersebut.
- Penggunaan tipografi pada kata slogan “Merawat dan Melayani Tanpa Batas” menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Arial digunakan pada teks tentang pelayanan dan bagian *Mandatories*. Kedua huruf Berlin Sans FB Demi dan Arial termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini

lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

#### 4. Media Utama Leaflet

##### a. Leaflet

##### 1) *Layout* Kasar Leaflet



Gambar XXXII: *Layout* Kasar Leaflet  
(Sumber: Zheitta: 2013)



## 2) Pemilihan Desain

### Depan

#### Mohon diperhatikan!

- Semua Pemilik hewan yang hewannya akan melakukan pemeriksaan kesehatan (termasuk vaksinasi) atau menjalani perawatan di salon diwajibkan mengisi **SURAT KESEPAKATAN TINDAKAN**.
- Bagi Pemilik hewan yang akan melakukan titip sehat diwajibkan membaca **PERATURAN TITIP SEHAT**, mengisi surat kesepakatan dan membayar uang muka minimal 50% dari rencana biaya titip sehat.
- Bagi pemilik hewan yang hewannya menjalani rawat inap, diwajibkan mengisi surat kesepakatan dan membayar uang muka minimal Rp 200.000,00. Bagi pasien yang akan menjalani operasi, besar uang muka tergantung besar kecilnya operasi yang akan dijalani.



#### Tarif Titip Sehat

No.	Berat Badan ( Kg )	Tarif ( Rp )
1.	0 - 1	20.000
2.	1,1 - 2	25.000
3.	2,1 - 5	30.000
4.	5,1 - 8	35.000
5.	8,1 - 10	40.000
6.	10,1 - 20	45.000
7.	20,1 - 30	50.000
8.	30,1 - 40	60.000

NB. Belum termasuk biaya pakan.

#### Tarif Rawat Inap

No.	Berat Badan ( Kg )	Tarif ( Rp )
1.	0 - 2	20.000
2.	2,1 - 5	30.000
3.	5,1 - 15	40.000
4.	15,1 - 20	50.000
5.	20,1 - 30	60.000
6.	30,1 - 40	70.000

NB. Belum termasuk biaya pakan, Lebih dari 1 minggu, [Klik Disini](#)

#### Tarif Grooming Anjing & Kucing

No.	Jenis Grooming Anjing	Tarif
1.	Grooming Kering Anjing Kecil Bulu Pendek	25.000
2.	Grooming Kering Anjing Kecil Bulu Panjang	30.000
3.	Grooming Basah Anjing Kecil Bulu Pendek	35.000
4.	Grooming Basah Anjing Kecil Bulu Panjang	60.000
5.	Grooming Kering Anjing Sedang Bulu Pendek	30.000
6.	Grooming Kering Anjing Sedang Bulu Panjang	35.000
7.	Grooming Basah Anjing Sedang Bulu Pendek	70.000
8.	Grooming Basah Anjing Sedang Bulu Panjang	85.000
9.	Grooming Kering Anjing Besar Bulu Pendek	45.000
10.	Grooming Kering Anjing Besar Bulu Panjang	50.000
11.	Grooming Basah Anjing Besar Bulu Pendek	100.000
12.	Grooming Basah Anjing Besar Bulu Panjang	110.000
13.	Grooming Jamur Anjing, tambah biaya	Min. 30.000
14.	Grooming Kutu Anjing, tambah biaya (Tergantung kecil, sedang, besar Anjing)	Min. 35.000
15.	Potongan Bulu Anjing Kecil	25.000
16.	Potongan Bulu Anjing Sedang	40.000
17.	Potongan Bulu Anjing Besar	60.000
18.	Perawatan Telinga / Potong Kuku (Tergantung kecil, sedang, besar Anjing)	Min. 15.000

No.	Jenis Grooming Kucing	Tarif
1.	Grooming Kitten	30.000
2.	Grooming Kering Kucing Bulu Pendek	35.000
3.	Grooming Kering Kucing Bulu Panjang	40.000
4.	Grooming Basah Kucing Bulu Pendek	55.000
5.	Grooming Basah Kucing Bulu Panjang	60.000
6.	Grooming Jamur Kucing, tambah biaya	30.000
7.	Grooming Kutu Kucing, tambah biaya	35.000
8.	Grooming Jamur + Kutu Kucing, tambah biaya	65.000
9.	Grooming Kelinci Bulu Pendek	35.000
10.	Grooming Kelinci Bulu Panjang	40.000
11.	Perawatan Telinga / Kuku	Min. 15.000

**"Membangun Kaltim Untuk Semua"**



**Menerima House Call:**  
08125522893, 081348007374, 085753997350

### Belakang

#### Profil Klinik Hewan Mitra Satwa

Klinik Hewan Mitra Satwa, Samarinda-Kalimantan Timur dibuka pada tanggal 1 Juni 2012. Klinik ini didirikan sebagai fasilitas pelayanan kesehatan hewan yang aman, bermutu, dan sesuai standar profesi. Tujuan Mitra Satwa yakni ingin meningkatkan kesejahteraan hewan dengan adanya berbagai jenis layanan dan fasilitas yang disediakan yang tentunya bermanfaat bagi hewan untuk meningkatkan kehidupan dan keberadaannya. Layanan & Fasilitas terdiri dari Praktek Dokter Hewan, Rawat Inap, Titip Sehat, Salon Sehat (Grooming), Petshop, dan House Call.

#### Dokter & Karyawan



Klinik Hewan Mitra Satwa memiliki dua dokter hewan, yakni drh. Wafiatringsih, M.P. selaku dokter hewan dan pemilik klinik, lulusan SZ Saint Vetteriner UCM dan drh. Subagya yang juga berprofesi sebagai dokter hewan, lulusan dari UGM.

Ada tiga karyawan yang bekerja di Klinik Hewan Mitra Satwa, yakni Sity Nurul Anis sebagai kasir / cashier, Tison Bakarbesi dan Bastian sebagai Grommer.

#### Petshop

Petshop merupakan fasilitas perlengkapan bagi hewan, klinik hewan Mitra Satwa menyediakan kebutuhan pemilik hewan kesayangan seperti pakan hewan, aksesoris hewan, produk perawatan tubuh hewan, kandang, dan pasir.



Praktek dokter hewan merupakan kegiatan seorang dokter melakukan pelayanan kesehatan hewan yang aman, pemeriksaan kesehatan hewan.

#### Praktek Dokter Hewan & Rawat Inap

Langkah-langkah:

- Pemilik hewan mendaftarkan nama pasien dan mengisi surat kesepakatan tindakan di bagian kasir
- Pemilik hewan menunggu panggilan antri di lantai 2
- Pasien hewan ditimbang berat badannya
- Pemilik hewan mengonsultasikan permasalahan yang dialami hewannya ke dokter hewan
- Dokter hewan memeriksa pasien, kemudian melakukan tindakan pengobatan & menentukan apakah pasien perlu dirawat inap atau bisa dibawa pulang dengan membawa atau tidak membawa obat jalan
- Bagi pemilik hewan yang hewannya harus dirawat inap, maka pemilik harus memperbaiki surat kesepakatan untuk mengisi pasien rawat inap, dengan memberi uang muka terlebih dahulu, besarnya uang muka tergantung dari kasus yang diderita atau perlu dilakukan tindakan operasi atau tidak.
- Bagi pasien yang dibawa pulang, pemilik hewan mengambil obat dan membayar biaya pengobatan di bagian kasir.

#### Titip Sehat

Titip sehat adalah salah satu program dari klinik hewan mitra satwa yakni menyediakan tempat penitipan hewan kesayangan, dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh Klinik Hewan Mitra Satwa.

Langkah-langkah:

- Pemilik hewan mendaftarkan nama hewan serta mengisi surat kesepakatan dan persetujuan tindakan di bagian kasir.
- Pemilik diwajibkan membaca terlebih dahulu peraturan titip sehat
- Jika diperlukan dokter hewan akan memeriksa terlebih dahulu kesehatan hewan yang dititipkan
- Hewan masuk ruang titip sehat



#### Salon Sehat (Grooming)

Salon Sehat adalah fasilitas melayani dan merawat badan dan kulit hewan, seperti memotong kuku dan membersihkan telinga dengan cotton swab yang direndam alkohol. Grooming adalah membersihkan/menghilangkan rambut-rambut/bulu-bulu yang telah mati.

Langkah-langkah:

- Pengunjung mendaftarkan nama hewan serta mengisi surat kesepakatan & persetujuan tindakan di bagian kasir
- Jika diperlukan dokter hewan akan memeriksa kesehatan hewan yang akan di-grooming, untuk memastikan apakah hewan boleh dimandikan atau tidak, atau dokter hewan akan menentukan apakah pasien harus mendapatkan perawatan grooming kering atau grooming basah, mandi jamur, mandi kutu atau mandi biasa (tanpa obat jamur dan obat kutu)
- Hewan mengantre di ruang grooming
- Hewan masuk ruang Salon hewan dan dilakukan pembersihan telinga, pemotongan kuku dan pemotongan rambut gimbal
- Hewan dimandikan dengan air hangat
- Pengeringan bulu hewan
- Pemberian parfum pada bulu hewan



#### House Call



House call adalah fasilitas panggilan datang ke rumah pemilik hewan. Klinik Hewan Mitra Satwa menyediakan tenaga medis untuk mendatangi rumah pemilik hewan dengan radius 15 km, di antaranya untuk pemeriksaan dokter dan grooming.

Langkah-langkah:

- Pemilik hewan menelepon/menghubungi Klinik Hewan Mitra Satwa meminta grooming atau pemeriksaan hewan di rumah
- Pihak mitra satwa mengatur waktu dan memastikan jam kunjungan ke pemilik hewan
- Dokter hewan/groomer menuju ke rumah pemilik

### Mohon diperhatikan!

- Semua Pemilik hewan yang hewannya akan melakukan pemeriksaan kesehatan (termasuk vaksinasi) atau menjalani perawatan di salon diwajibkan mengisi SURAT KESEPAKATAN TINDAKAN.
- Bagi Pemilik hewan yang akan melakukan titip sehat diwajibkan membaca PERATURAN TITIP SEHAT, mengisi surat kesepakatan dan membayar uang muka minimal 50% dari rencana biaya titip sehat.
- Bagi pemilik hewan yang hewannya menjalani rawat inap, diwajibkan mengisi surat kesepakatan dan membayar uang muka minimal Rp 200.000,00. Bagi pasien yang akan menjalani operasi, besar uang muka tergantung besar kecilnya operasi yang akan dijalani.





**Klinik Hewan**  
**MITRA SATWA**  
Merawat & Melayani Tanpa Batas

### Tarif Titip Sehat

No.	Berat Badan ( Kg )	Tarif ( Rp )
1.	0 - 1	20.000
2.	1,1 - 2	25.000
3.	2,1 - 5	30.000
4.	5,1 - 8	35.000
5.	8,1 - 10	40.000
6.	10,1 - 20	45.000
7.	20,1 - 30	50.000
8.	30,1 - 40	60.000

NB. Belum termasuk biaya pakan.

### Tarif Grooming Anjing & Kucing

No	Jenis Grooming Anjing	Tarif
1.	Grooming Kering Anjing Kecil Bulu Pendek	25.000
2.	Grooming Kering Anjing Kecil Bulu Panjang	30.000
3.	Grooming Basah Anjing Kecil Bulu Pendek	55.000
4.	Grooming Basah Anjing Kecil Bulu Panjang	60.000
5.	Grooming Kering Anjing Sedang Bulu Pendek	30.000
6.	Grooming Kering Anjing Sedang Bulu Panjang	35.000
7.	Grooming Basah Anjing Sedang Bulu Pendek	70.000
8.	Grooming Basah Anjing Sedang Bulu Panjang	80.000
9.	Grooming Kering Anjing Besar Bulu Pendek	45.000
10.	Grooming Kering Anjing Besar Bulu Panjang	50.000
11.	Grooming Basah Anjing Besar Bulu Pendek	100.000
12.	Grooming Basah Anjing Besar Bulu Panjang	110.000
13.	Grooming Janur Anjing, tambah biaya	Min. 30.000
14.	Grooming Kuku Anjing, tambah biaya	Min. 35.000
15.	(Tergantung kecil, sedang, besar Anjing)	
16.	Potong Bulu Anjing Kecil	25.000
17.	Potong Bulu Anjing Sedang	40.000
18.	Potong Bulu Anjing Besar	60.000
19.	(Tergantung kecil, sedang, besar Anjing)	Min. 15.000

No.	Jenis Grooming Kucing	Tarif
1.	Grooming Kitten	30.000
2.	Grooming Kering Kucing Bulu Pendek	35.000
3.	Grooming Kering Kucing Bulu Panjang	40.000
4.	Grooming Basah Kucing Bulu Pendek	55.000
5.	Grooming Basah Kucing Bulu Panjang	60.000
6.	Grooming Janur Kucing, tambah biaya	30.000
7.	Grooming Kuku Kucing, tambah biaya	35.000
8.	Grooming Janur + Kuku Kucing, tambah biaya	65.000
9.	Grooming Kelinci Bulu Pendek	40.000
10.	Grooming Kelinci Bulu Panjang	50.000
11.	Perawatan Telinga / Kuku	Min. 15.000

NB. Belum termasuk biaya pakan.  
Lebih dari 1 minggu, ~~grooming~~ grooming



**Menerima House Call:**  
081 255 228 93, 081 348 007 374, 085 753 997 350

**"Membangun Kaltim Untuk Semua"**

### Tampak Depan

### Profil Klinik Hewan Mitra Satwa (The Profile of Klinik Hewan Mitra Satwa)

Klinik Hewan Mitra Satwa (*The Profile of Klinik Hewan Mitra Satwa*), Samarinda - Kalimantan Timur dibuka pada tanggal 1 Juni 2012. Klinik ini didirikan sebagai fasilitas pelayanan kesehatan hewan yang aman, bermutu, dan sesuai standar profesi. Tujuan Mitra Satwa yakni ingin meningkatkan kesejahteraan hewan dengan adanya berbagai jenis layanan dan fasilitas yang disediakan yang tentunya bermanfaat bagi hewan untuk meningkatkan kehidupan dan keberadaannya. Layanan & Fasilitas terdiri dari Praktek Dokter Hewan, Rawat Inap, Titip Sehat, Salon Sehat (Grooming), Petshop, dan House Call.

### Praktek Dokter Hewan & Rawat Inap (The Practice of Veterinarians & Hospitalization)

Praktek dokter hewan (*The Practice of Veterinarians & Hospitalization*) merupakan kegiatan seorang dokter melakukan pelayanan kesehatan hewan, pemeriksaan kesehatan hewan.

Langkah-langkah:

- Pemilik hewan mendaftarkan nama pasien dan mengisi surat kesepakatan tindakan di bagian kasir
- Pemilik hewan menunggu panggilan antri di lantai 2
- Pasien hewan ditimbang berat badannya
- Pemilik hewan mengonsultasikan permasalahan yang dialami hewannya ke dokter hewan
- Dokter hewan memeriksa pasien, kemudian melakukan tindakan pengobatan & menentukan apakah pasien perlu dirawat inap atau bisa dibawa pulang dengan membawa atau tidak membawa obat-obatan
- Bagi pemilik hewan yang hewannya harus dirawat inap, maka pemilik harus memperbaiki surat kesepakatan untuk mengisi pasien rawat inap, dengan memberi uang muka terlebih dahulu. besarnya uang muka tergantung dari kasus yang diderita atau perlu dilakukan tindakan operasi atau tidak.
- Bagi pasien yang dibawa pulang, pemilik hewan mengambil obat dan membayar biaya pengobatan di bagian kasir.

### Dokter & Karyawan (Doctor & Employee)




Klinik Hewan Mitra Satwa memiliki dua dokter hewan, yakni drh. Wafatiningsih, M.P. selaku dokter hewan dan pemilik klinik, lulusan S2 Saint Veteriner UGM dan drh. Subagya yang juga berprofesi sebagai dokter hewan, lulusan dari UGM.

Ada tiga karyawan yang bekerja di Klinik Hewan Mitra Satwa, yakni Siti Nurul Anis sebagai kasir / cashier, Tison Bakarbesi dan Bastian sebagai Groomer.

### Salon Sehat (Grooming)

Salon Sehat adalah fasilitas melayani dan merawat badan dan kulit hewan, seperti memotong kuku dan membersihkan telinga dengan cotton swab yang direndam alkohol. *Grooming* adalah membersihkan/menghilangkan rambut-rambut/bulu-bulu yang telah mati.

Langkah-langkah:

- Pengunjung mendaftarkan nama hewan serta mengisi surat kesepakatan & persetujuan tindakan di bagian kasir
- Jika diperlukan dokter hewan akan memeriksa kesehatan hewan yang akan di-grooming, untuk memastikan apakah hewan boleh dimandikan atau tidak, atau dokter hewan akan menentukan apakah pasien harus mendapatkan perawatan grooming kering atau grooming basah, mandi jamur, mandi kuku atau mandi biasa (tanpa obat jamur dan obat kuku)
- Hewan menunggu di ruang grooming
- Hewan masuk ruang Salon hewan dan dilakukan pembersihan telinga, pemotongan kuku dan pemotongan rambut gimbal
- Hewan dimandikan dengan air hangat
- Pengeringan bulu hewan
- Pemberian parfum pada bulu hewan




### Toko Penjual Hewan & Segala Keperluan (Pet Shop)

Toko Penjual Hewan & Segala Keperluan (*Pet shop*) merupakan fasilitas perlengkapan bagi hewan. Klinik hewan Mitra Satwa menyediakan kebutuhan pemilik hewan kesayangan seperti pakan hewan, aksesoris hewan, produk perawatan tubuh hewan, kandang, dan pasir.




### Titip Sehat (Healthy Life)

Titip sehat (*Healthy Life*) adalah salah satu program dari Klinik hewan mitra satwa yakni menyediakan tempat penitipan hewan kesayangan, dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh Klinik Hewan Mitra Satwa.

Langkah-langkah:

- Pemilik hewan mendaftarkan nama hewan serta mengisi surat kesepakatan dan persetujuan tindakan di bagian kasir
- Pemilik hewan membaca terlebih dahulu peraturan titip sehat
- Jika diperlukan dokter hewan akan memeriksa terlebih dahulu kesehatan hewan yang dititipkan
- Hewan masuk ruang titip sehat

### Panggilan Rumah (House Call)

House call (Panggilan rumah) adalah fasilitas panggilan datang ke rumah pemilik hewan. Klinik Hewan Mitra Satwa menyediakan tenaga medis untuk mendatangi rumah pemilik hewan dengan radius 15 km, di antaranya untuk pemeriksaan dokter dan grooming.

Langkah-langkah:

- Pemilik hewan menelepon/menghubungi Klinik Hewan Mitra Satwa meminta grooming atau pemeriksaan hewan di rumah
- Pihak mitra satwa mengatur waktu dan memastikan jam kunjungan ke pemilik hewan
- Dokter hewan/groomer menuju ke rumah pemilik

### Tampak Belakang

Gambar XXXIII: Pemilihan Desain Leaflet  
(Sumber: Zheitta: 2013)



### 3) Desain terpilih

**Mohon diperhatikan!**

- Semua Pemilik hewan yang hewannya akan melakukan pemeriksaan kesehatan (termasuk vaksinasi) atau menjalani perawatan di salon diwajibkan mengisi **SURAT KESEPAKATAN TINDAKAN**
- Bagi Pemilik hewan yang akan melakukan titip sehat diwajibkan membaca **PERATURAN TITIP SEHAT**, mengisi surat kesepakatan dan membayar uang muka minimal 50% dari rencana biaya titip sehat
- Bagi pemilik hewan yang hewannya menjalani rawat inap, diwajibkan mengisi surat kesepakatan dan membayar uang muka minimal Rp 200.000.00. Bagi pasien yang akan menjalani operasi, besar uang muka tergantung besar kecilnya operasi yang akan dijalani.



**Klinik Hewan**  
**MITRA SATWA**  
Merawat & Melayani Tanpa Batas

**Tarif Titip Sehat**

No.	Berat Badan ( Kg )	Tarif ( Rp )
1.	0 - 1	20.000
2.	1,1 - 2	25.000
3.	2,1 - 5	30.000
4.	5,1 - 8	35.000
5.	8,1 - 10	40.000
6.	10,1 - 20	45.000
7.	20,1 - 30	50.000
8.	30,1 - 40	60.000

NB. Belum termasuk biaya pakan.

**Tarif Rawat Inap**

No.	Berat Badan ( Kg )	Tarif ( Rp )
1.	0 - 2	20.000
2.	2,1 - 5	30.000
3.	5,1 - 15	40.000
4.	15,1 - 20	50.000
5.	20,1 - 30	60.000
6.	30,1 - 40	70.000

NB. Belum termasuk biaya pakan.  
Lebih dari 1 minggu, **diskon 10 grooming**

**Tarif Grooming Anjing & Kucing**

No.	Jenis Grooming Anjing	Tarif
1.	Grooming Kering Anjing Kecil Bulu Pendek	25.000
2.	Grooming Kering Anjing Kecil Bulu Panjang	30.000
3.	Grooming Basah Anjing Kecil Bulu Pendek	55.000
4.	Grooming Basah Anjing Kecil Bulu Panjang	60.000
5.	Grooming Kering Anjing Sedang Bulu Pendek	30.000
6.	Grooming Kering Anjing Sedang Bulu Panjang	35.000
7.	Grooming Basah Anjing Sedang Bulu Pendek	70.000
8.	Grooming Basah Anjing Sedang Bulu Panjang	80.000
9.	Grooming Kering Anjing Besar Bulu Pendek	45.000
10.	Grooming Kering Anjing Besar Bulu Panjang	50.000
11.	Grooming Basah Anjing Besar Bulu Pendek	100.000
12.	Grooming Basah Anjing Besar Bulu Panjang	110.000
13.	Grooming Jamur Anjing, tambah biaya	Min. 30.000
14.	Grooming Kutu Anjing, tambah biaya (Tergantung kecil, sedang, besar Anjing)	Min. 35.000
15.	Potong Bulu Anjing Kecil	25.000
16.	Potong Bulu Anjing Sedang	40.000
17.	Potong Bulu Anjing Besar	60.000
18.	Perawatan Telinga / Potong Kuku (Tergantung kecil, sedang, besar Anjing)	Min. 15.000

No.	Jenis Grooming Kucing	Tarif
1.	Grooming Kitten	30.000
2.	Grooming Kering Kucing Bulu Pendek	35.000
3.	Grooming Kering Kucing Bulu Panjang	40.000
4.	Grooming Basah Kucing Bulu Pendek	55.000
5.	Grooming Basah Kucing Bulu Panjang	60.000
6.	Grooming Jamur Kucing, tambah biaya	30.000
7.	Grooming Kutu Kucing, tambah biaya	35.000
8.	Grooming Jamur + Kutu Kucing, tambah biaya	65.000
9.	Grooming Kelinci Bulu Pendek	40.000
10.	Grooming Kelinci Bulu Panjang	50.000
11.	Perawatan Telinga / Kuku	Min. 15.000

**"Membangun Kaltim Untuk Semua"**

**Menerima House Call:**  
081 255 228 93, 081 348 007 374, 085 753 997 350



### Tampak Depan

**Profil Klinik Hewan Mitra Satwa**  
(The Profile of Klinik Hewan Mitra Satwa)

Klinik Hewan Mitra Satwa (The Profile of Klinik Hewan Mitra Satwa), Samarinda-Kalimantan Timur dibuka pada tanggal 1 Juni 2012. Klinik ini didirikan sebagai fasilitas pelayanan kesehatan hewan yang aman, bermutu, dan sesuai standar profesi. Tujuan Mitra Satwa yakni ingin meningkatkan kesejahteraan hewan dengan adanya berbagai jenis layanan dan fasilitas yang disediakan yang tentunya bermanfaat bagi hewan untuk meningkatkan kehidupan dan keberadaannya. Layanan & Fasilitas terdiri dari Praktek Dokter Hewan, Rawat Inap, Titip Sehat, Salon Sehat (Grooming), Petshop, dan House Call.

**Praktek Dokter Hewan & Rawat Inap**  
(The Practice of Veterinarians & Hospitalization)



Praktek dokter hewan (The Practice of Veterinarians & Hospitalization) merupakan kegiatan seorang dokter melakukan pelayanan kesehatan hewan, pemeriksaan kesehatan hewan.

Langkah-langkah:

- Pemilik hewan mendaftarkan nama pasien dan mengisi surat kesepakatan tindakan di bagian kasir
- Pemilik hewan menunggu panggilan antri di lantai 2
- Pasien hewan ditimbang berat badannya
- Pemilik hewan mengemukakan permasalahan yang dialami hewannya ke dokter hewan
- Dokter hewan memeriksa pasien, kemudian melakukan tindakan pengobatan & menentukan apakah pasien perlu dirawat inap atau bisa dibawa pulang dengan membawa atau tidak membawa obat jalan
- Bagi pemilik hewan yang hewannya harus dirawat inap, maka pemilik harus memperbaiki surat kesepakatan untuk mengisi pasien rawat inap, dengan memberi uang muka terlebih dahulu, besarnya uang muka tergantung dari kasus yang diderita atau perlu dilakukan tindakan operasi atau tidak
- Bagi pasien yang dibawa pulang, pemilik hewan mengambil obat dan membayar biaya pengobatan di bagian kasir.

**Salon Sehat (Grooming)**

Salon Sehat adalah fasilitas melayani dan merawat badan dan kulit hewan, seperti memotong kuku dan membersihkan telinga dengan cotton swab yang direndam alkohol. Grooming adalah membersihkan/menghilangkan rambut-rambut/bulu-bulu yang telah mati.

Langkah-langkah:

- Pengunjung mendaftarkan nama hewan serta mengisi surat kesepakatan & persetujuan tindakan di bagian kasir
- Jika diperlukan dokter hewan akan memeriksa kesehatan hewan yang akan di-grooming, untuk memastikan apakah hewan boleh dimandikan atau tidak, atau dokter hewan akan menentukan apakah pasien harus mendapatkan perawatan grooming kering atau grooming basah, mandi jamur, mandi kutu atau mandi biasa (tanpa obat jamur dan obat kutu)
- Hewan mengantre di ruang grooming
- Hewan masuk ruang Salon hewan dan dilakukan pembersihan telinga, pemotongan kuku dan pemotongan rambut gimbal
- Hewan dimandikan dengan air hangat
- Pengerengan bulu hewan
- Pemberian parfum pada bulu hewan



**Dokter & Karyawan**  
(Doctor & Employee)



Klinik Hewan Mitra Satwa memiliki dua dokter hewan, yakni drh. Wafatlingsih, M.P, selaku dokter hewan dan pemilik klinik, lulusan S2 Saint Veteriner UGM dan drh. Subagya yang juga berprofesi sebagai dokter hewan, lulusan dari UGM.

Ada tiga karyawan yang bekerja di Klinik Hewan Mitra Satwa, yakni Siti Nurul Aini sebagai kasir / cashier, Tison Bakarbesi dan Bastian sebagai Groomer.

**Titip Sehat (Healthy Life)**

Titip sehat (Healthy Life) adalah salah satu program dari klinik hewan mitra satwa yakni menyediakan tempat penitipan hewan kesayangan, dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh Klinik Hewan Mitra Satwa.

Langkah-langkah:

- Pemilik hewan mendaftarkan nama hewan serta mengisi surat kesepakatan dan persetujuan tindakan di bagian kasir
- Pemilik diwajibkan membaca terlebih dahulu peraturan titip sehat
- Jika diperlukan dokter hewan akan memeriksa terlebih dahulu kesehatan hewan yang dititipkan
- Hewan masuk ruang titip sehat

**Panggilan Rumah (House Call)**

House call (Panggilan rumah) adalah fasilitas panggilan datang ke rumah pemilik hewan. Klinik Hewan Mitra Satwa menyediakan tenaga medis untuk mendatangi rumah pemilik hewan dengan radius 15 km di antaranya untuk pemeriksaan dokter dan grooming.

Langkah-langkah:

- Pemilik hewan menelepon/menghubungi Klinik Hewan Mitra Satwa meminta grooming atau pemeriksaan hewan di rumah
- Pihak mitra satwa mengatur waktu dan memastikan jam kunjungan ke pemilik hewan
- Dokter hewan/groomer menuju ke rumah pemilik



**Toko Penjual Hewan & Segala Keperluan**  
(Pet Shop)

Toko Penjual Hewan & Segala Keperluan (Pet shop) merupakan fasilitas pertengkapan bagi hewan, klinik hewan Mitra Satwa menyediakan kebutuhan pemilik hewan kesayangan seperti pakan hewan, aksesoris hewan, produk perawatan tubuh hewan, kandang, dan pasir.



### Tampak Belakang

Gambar XXXIV: Desain terpilih Leaflet  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : Leaflet

2. Ukuran : A4

3. Format : Landscape

4. Bahan : Kertas Matter Paper 120 gram

5. Verbal :

a. Teks : Berupa slogan, pelayanan, alamat, dan nomer telepon.

Teks antara lain:

Cover Leaflet:

1. Identitas: Nama dan Logo Klinik Hewan Mitra Satwa

2. Slogan: Merawat dan Melayani Tanpa Batas ( Berlin Sans FB Demi)

3. *Concacts Person House Call*

b. Visualisasi :

- Ilustrasi: Bagian depan ilustrasi menunjukkan gambar seorang wanita mengelus anjing kesayangannya sambil menelepon layanan *House Call* merupakan pelayanan Klinik Hewan Mitra Satwa terbaru. Isi Leaflet Depan: Splash (Peraturan), Tarif Titip Sehat dan Tarif, Rawat Inap, serta Tarif Grooming Anjing & Kucing. Isi Leaflet Belakang: Profil dan Pelayanan dan Fasilitas Klinik Hewan Mitra Satwa. Pembagian ruang untuk ilustrasi foto dan teks dibuat rapi dan kesan formal. Setiap teks/*body copy* terdapat *subhead* yang menjelaskan isi *body copy* leaflet.

- Warna: *Background* bagian depan menggunakan gradasi komponen warna ungu muda (*blue violet*) dan ungu tua (*deep blue*) dan *background* bagian belakang menggunakan komponen warna hijau pilihan dengan ukuran C: 52, M:4, Y:99, K:0

kemudian dipadukan warna Chartreuse (hijau muda). Setiap *subhead* bagian depan leaflet diberi warna hijau muda dan oranye muda gelap dan bagian belakang leaflet menggunakan *background* warna oranye muda dan ungu.

- Komposisi: Bentuk leaflet menggunakan format *landscape* berbentuk persegi panjang. Pembagian ruang dibuat kesan formal. Bagian depan kiri terdapat tiga informasi tentang peraturan dan tarif rawat inap dan titip sehat, kemudian bagian tengah atas terdapat foto seorang dokter sedang memeriksa anjing dan bagian bawah berisi tentang informasi tarif *grooming* anjing dan kucing serta paling bawah ada slogan/semboyan Kalimantan Timur.

Bagian depan kanan atas kiri terdapat logo dan nama usaha Klinik Hewan Mitra Satwa, kemudian bagian bawah kanan terdapat ilustrasi foto menunjukkan gambar seorang wanita mengelus anjing kesayangannya sambil menelepon layanan *House Call*. Bagian belakang kiri terdapat informasi tentang profil dan *pet shop* dan terdapat empat ilustrasi foto dokter dan karyawan dan foto *pet shop* kemudian bagian tengah terdapat tiga ilustrasi foto seorang dokter dan pasien dan foto titip sehat kemudian terdapat informasi tentang praktek dokter hewan dan titip sehat. Dan terakhir, bagian belakang kanan terdapat tiga ilustrasi foto salon hewan dan *house call* serta beberapa informasi tentang salon hewan dan *house call*.

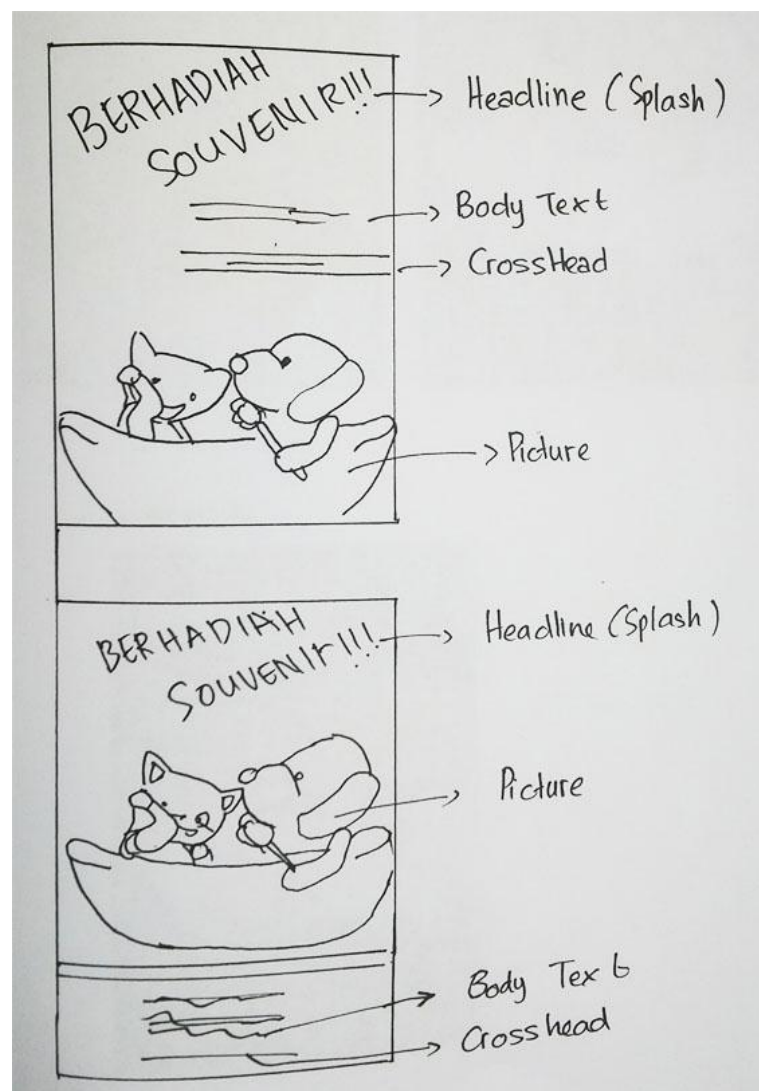
Penggunaan tipografi pada kata slogan “Merawat dan Melayani Tanpa Batas” menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Arial digunakan pada teks tentang pelayanan dan bagian *Mandatories*. Kedua huruf Berlin Sans FB Demi dan Arial termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat

fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat kota Samarinda-Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 5. Media Penunjang Poster

a. Poster Informasi Terbaru / *Up Date News 1*

1) *Layout Kasar*



Gambar XXXV: *Layout Kasar Poster Informasi Terbaru 1*  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar XXXVI: Pemilihan Desain Poster Informasi Terbaru 1  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 3) Desain terpilih



Gambar XXXVII: Desain terpilih Poster Informasi Terbaru 1  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : Poster *Up Date News*
2. Ukuran : 38 cm x 54 cm
3. Format : Portrait
4. Bahan : Kertas Ivory 120 gram
5. Verbal :

a. Teks: Berupa kalimat poster.

Teks antara lain:

- *Splash*: Berhadiah Souvenir!!! (Berlin Sans FB Demi)
- *Body Text Copy*: Sudah 5 x grooming? Atau sudah 10 x grooming? ( Arial )
- *Crosshead* : Tunjukkan kartu grooming Anda...(Arial )

b. Visualisasi :

- Ilustrasi: Poster Informasi Terbaru 1 terdapat ilustrasi gambar kucing dan anjing sedang menggosok badan atau mandi di dalam *bathtub* diciptakan sebagai pelayanan salon hewan (*grooming*) artinya poster menceritakan informasi baru tentang iklan *grooming*. Kata “Berhadiah *Souvenir*” berfungsi sebagai unsur atau sarana untuk mengejutkan pembaca.

- Warna: *Background* menggunakan gradasi komponen warna *blue violet* dan *deep blue*. Bagian tengah ada gambar kucing berwarna oranye dan anjing berwarna coklat tua dan muda sedang menggosok bulu dengan sikat di *bathtub* berwarna abu-abu.

- Komposisi: *Background* menggunakan gradasi komponen warna *blue violet* dan *deep blue* sebagai warna khas unggu Klinik Hewan Mitra Satwa. Di tengah komposisi poster terdapat gambar kucing berwarna oranye dan anjing berwarna



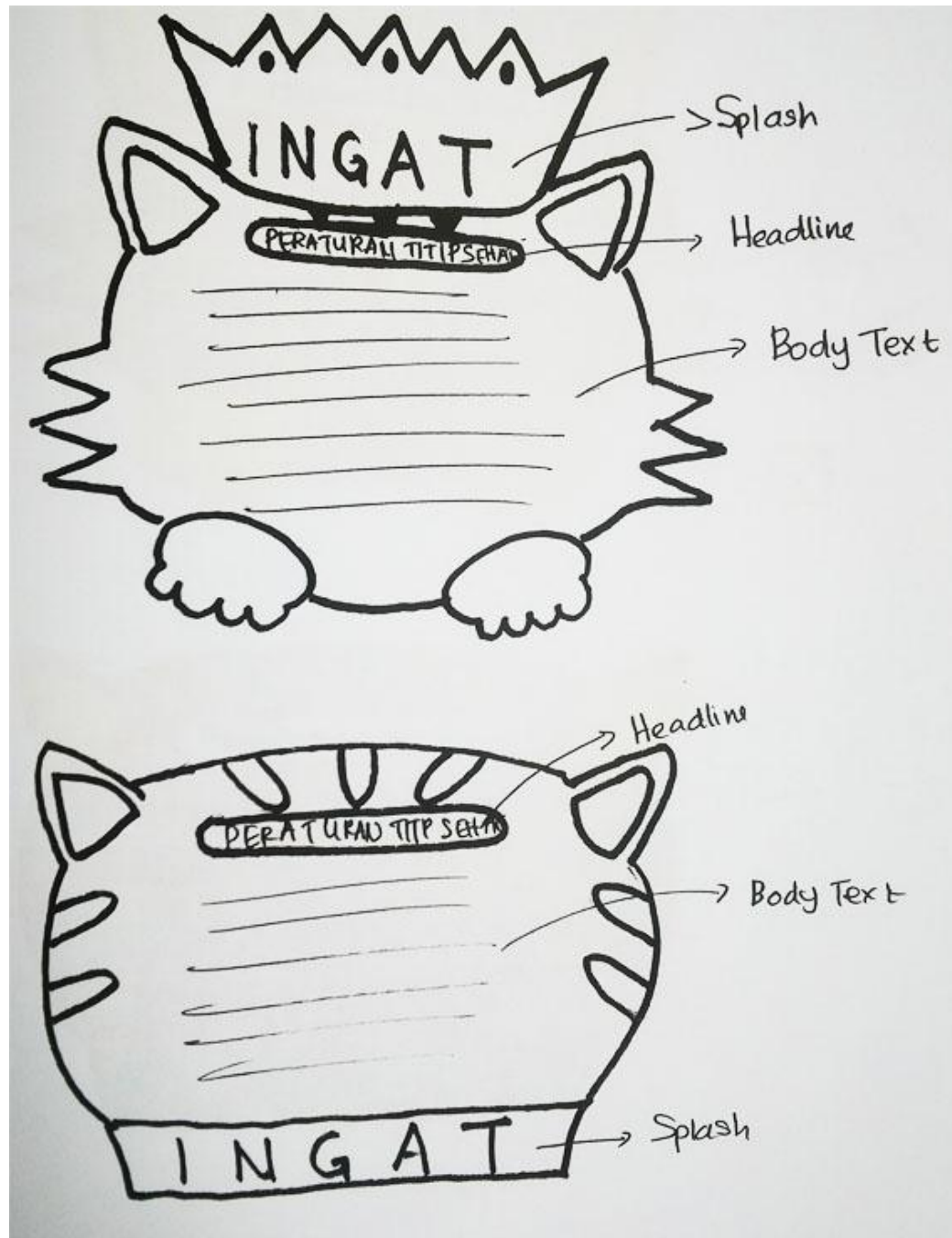
coklat tua dan muda sedang menggosok bulu dengan sikat di *bathtub* berwarna abu-abu, memberi makna sebagai aktivitas *grooming* dan setiap hewan di-*grooming* akan mendapatkan hadiah souvenir. Bagian bawah terdapat teks pertanyaan dengan tujuan bertanya kepada pembaca yang ingin mendapatkan *souvenir* cantik. Tiap teks pertanyaan diberi *redline* tanda silang diciptakan sebagai tanda harapan kepada konsumen untuk melakukan 5 x atau 10 x *grooming* jika konsumen ingin mendapatkan hadiah *souvenir*.

Penggunaan tipografi pada kata *splash* “ Berhadiah Souvenir” menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Arial digunakan pada *body copy text*. Kedua huruf Berlin Sans FB Demi dan Arial termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 6. Media Penunjang Poster Informasi 2

### a. Poster Informasi Terbaru / *Up Date News* 2

#### 1) *Layout Kasar*



Gambar XXXVIII: *Layout Kasar* Poster Informasi Terbaru 2  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar XXXIX: Pemilihan Desain Poster Informasi Terbaru 2  
(Sumber: Zheitta: 2013)

### 3) Desain terpilih



Gambar XL: Desain terpilih Poster Informasi 2  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media: Poster Peraturan Titip Sehat

2. Ukuran: 42 cm x 36 cm

3. Format: Landscape

4. Bahan: Kertas Ivory 120 gram

5. Verbal:

a. Teks: Kata Splash dan peraturan titip sehat

Teks antara lain:

- Splash: INGAT! (Arial)

- Body Text Copy: Berisi tentang peraturan titip sehat (Arial )
- Hewan yang dititipkan harus dalam keadaan sehat klinis yang dinyatakan oleh dokter hewan di Klinik Hewan Mitra Satwa
- Hewan sebaiknya telah divaksin sesuai ketentuan dokter hewan di Klinik Hewan Mitra Satwa. Apabila belum divaksin dan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, maka menjadi resiko pemilik
- Hewan harus bebas kutu. Bila hewan belum bebas kutu, harus dimandikan/di-grooming terlebih dahulu dengan penambahan biaya sesuai ketentuan
- Apabila hewan sakit, dokter hewan di Klinik Hewan Mitra Satwa berhak mengobati sesuai prosedur dan pemilik berkewajiban membayar semua biaya pengobatan serta menanggung resiko atas hal tersebut
- Apabila hewan hilang atau mati karena kecelakaan digigit hewan yang dikarenakan kelalaian pihak klinik, maka Klinik Hewan Mitra Satwa berkewajiban mengganti sepuluh kali biaya rencana lamanya penitipan
- Apabila hewan mati atau hilang akibat terjadinya keadaan atau kondisi tertentu yang berada di luar kendali Klinik Hewan Mitra Satwa atau karena adanya force majeure (misalnya, kebakaran), maka pihak Klinik Hewan Mitra Satwa tidak akan memberi ganti rugi
- Biaya titip sehat dihitung per tanggal masuk penitipan dan pembayaran harus sudah dilunasi sebelum hewan dibawa pulang
- Jika hewan tidak diambil atau tidak ada konfirmasi perpanjangan dalam waktu 10 hari setelah masa penitipan oleh pemilik atau mereka yang akan diberi kuasa oleh pemilik, maka pihak pemilik Klinik Hewan Mitra Satwa mempunyai

kekuasaan untuk mengatur status kepemilikan baru atau mengatur kepemilikan hewan itu selanjutnya

b. Visualisasi:

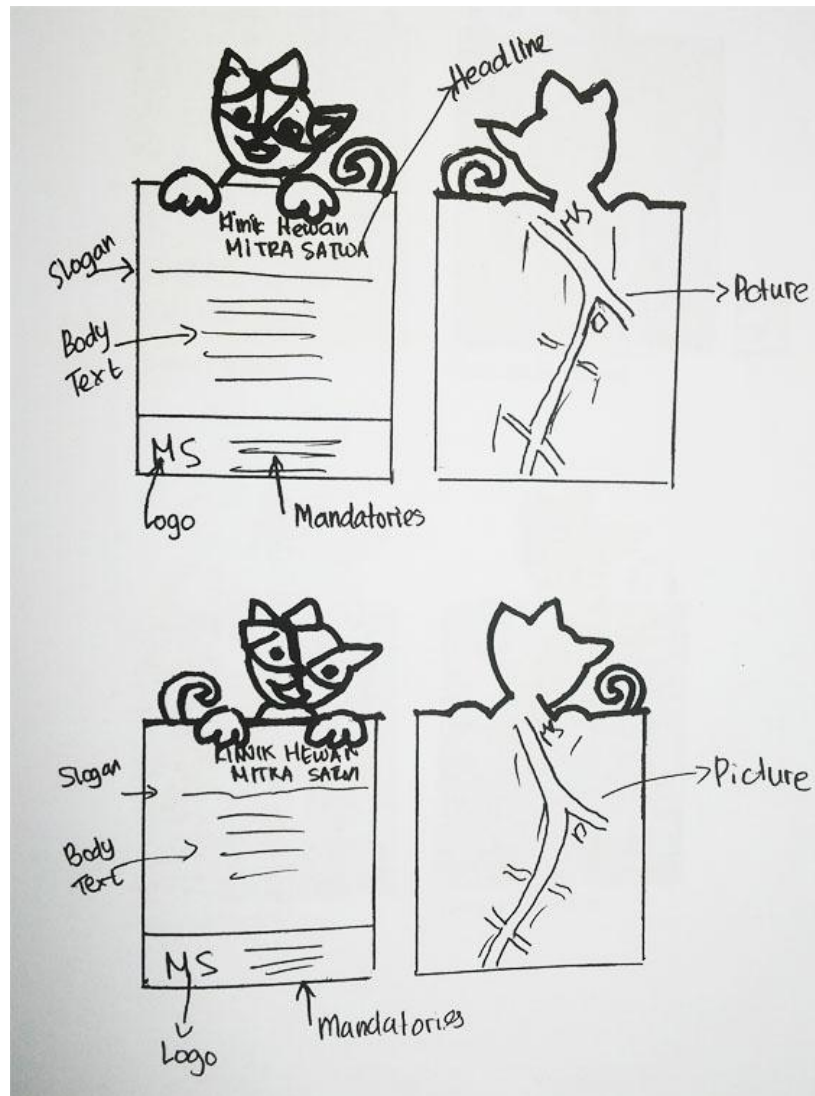
- Ilustrasi: Bentuk poster atau ilustrasi gambar menyerupai kepala kucing. Kepala kucing diberi mahkota sebagai aksesoris sekaligus sebagai tujuan menaruh kata splash”Ingat!”.
- Warna: *Full colour* dengan komponen warna oranye(*background*), kuning, merah, hitam dan putih. Setiap teks diberi warna hitam dan putih dengan tujuan membedakan setiap penjelasan mengenai peraturan titip sehat.
- Komposisi: Bentuk poster atau ilustrasi gambar menyerupai kepala kucing dengan tujuan memberikan keunikan bentuk poster yang berbeda dan sebagai daya tarik pembaca. Kepala kucing diberi mahkota sebagai aksesoris sekaligus sebagai tujuan menaruh kata splash”Ingat!”.Bagian tengah poster terdapat delapan teks berisi tentang peraturan titip sehat yang wajib dibaca oleh pembaca.

Penggunaan tipografi huruf Arial digunakan pada kata splash”Ingat!” dan *body copy text* tentang peraturan titip sehat. Huruf Arial termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 7. Media Penunjang Kartu Nama

### a. Kartu Nama

#### 1) *Layout Kasar*



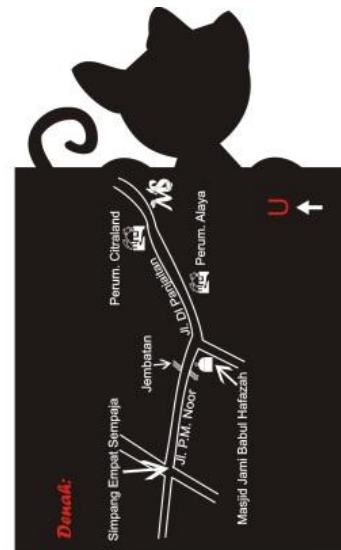
Gambar XLI: *Layout Kasar* Kartu nama  
(Sumber: Zheitta: 2013)



## 2) Pemilihan Desain



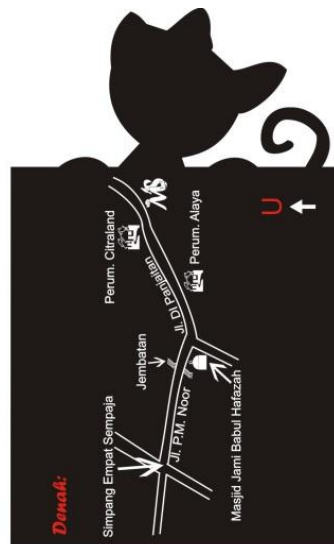
Tampak Depan



Tampak Belakang



Tampak Depan



Tampak Belakang

Gambar XLII: Pemilihan Desain Kartu nama  
(Sumber: Zheitta: 2013)



### 3) Desain terpilih



Gambar XLIII: Desain terpilih Kartu nama  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : Kartu Nama
  2. Ukuran : 5.5 cm x 9 cm
  3. Format : Portrait
  4. Bahan : Kertas Ivory 120 gram
  5. Verbal :
    - a. Teks: Berupa slogan, pelayanan, alamat dan nomer telepon.
- Teks antara lain:
- Slogan: Merawat dan Melayani Tanpa Batas ( Berlin Sans FB Demi)
  - Pelayanan: Praktek dokter hewan, salon sehat (*grooming*), rawat inap, titip sehat, *pet shop*, dan *house call* ( Arial )

- *Contacts Person*: 0541-7283443, 081 255 228 93, 085 753 997 350, 081 348 007 374, dan 0541- 250239(Arial)

- Alamat: Ruko City Town Square, Jl. DI Panjaitan KAV-16 (Arial)

b. Identitas : Nama dan Logo Klinik Hewan Mitra Satwa

c. Visualisasi:

- Ilustrasi: Kartu nama berbentuk persegi panjang dengan komposisi vertikal dibagi setengah, bagian atas terdapat ilustrasi gambar kepala kucing *Abysinian* sedang tersenyum dengan tujuan menyapa pembaca dan daya tarik pembaca.

- Warna: *Full colour* dengan komponen warna hijau ukuran C: 52, M:4, Y:99, K:0, Chartreuse (hijau muda), oranye bagian warna kepala kucing, dan kuning bagian *mandatories*.

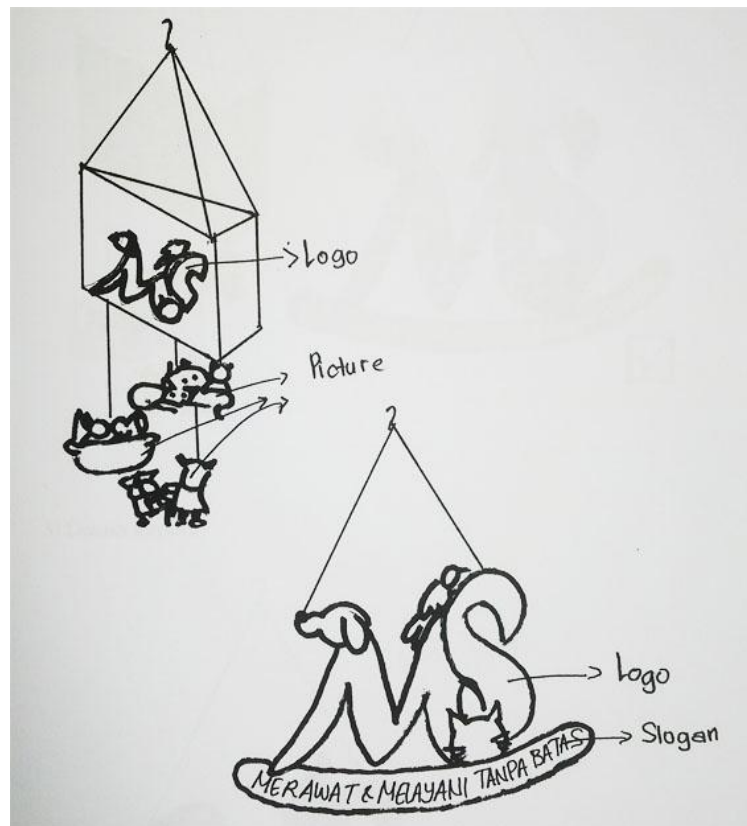
- Komposisi: Kartu nama berbentuk persegi panjang dengan komposisi vertikal dibagi setengah, bagian atas terdapat ilustrasi gambar kepala kucing *Abysinian* sedang tersenyum dengan tujuan menyapa pembaca dan daya tarik pembaca. Bagian bawah terdapat nama usaha Klinik Hewan Mitra Satwa, teks tentang pelayanan, dan *mandatories* beserta logonya dengan tujuan memberi identitas Klinik Hewan Mitra Satwa kepada pembaca kartu nama. Penggunaan tipografi pada kata slogan “Merawat dan Melayani Tanpa Batas” menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Arial digunakan pada *body copy text* tentang pelayanan dan bagian *mandatories*. Kedua huruf Berlin Sans FB Demi dan Arial termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan

kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 8. Media Penunjang *Hanging Mobile* (Gantungan Bergerak)

### a. *Hanging Mobile*

#### 1) *Layout Kasar*



Gambar XLIV: *Layout Kasar Hanging Mobile* (Gantungan Bergerak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar XLV: Pemilihan Desain *Hanging Mobile* (Gantungan Bergerak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 3) Desain terpilih



Gambar XLVI: Desain terpilih *Hanging Mobile* (Gantungan Bergerak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *Hanging Mobile*

2. Ukuran : A3

3. Format : *Landscape*

4. Bahan : Kertas Krungkut

5. Verbal:

a. Identitas : Logo Klinik Hewan Mitra Satwa

b. Slogan : Merawat & Melayani Tanpa Batas (Berlin Sans FB Demi)

c. Visualisasi:

- Ilustrasi: Bentuk logo besar kemudian diberi slogan di bawahnya logo identitas Klinik Hewan Mitra Satwa. Dengan tujuan meramaikan ruangan.

- Warna: Warna logo asli Klinik Hewan Mitra Satwa yakni hitam dan dua ungu *deep blue* dan *blue purple*. Bagian bawah logo terdapat slogan dengan warna kuning dan putih, diberi *background* warna hijau dengan komponen warna hijau ukuran C: 52, M:4, Y:99, K:0.

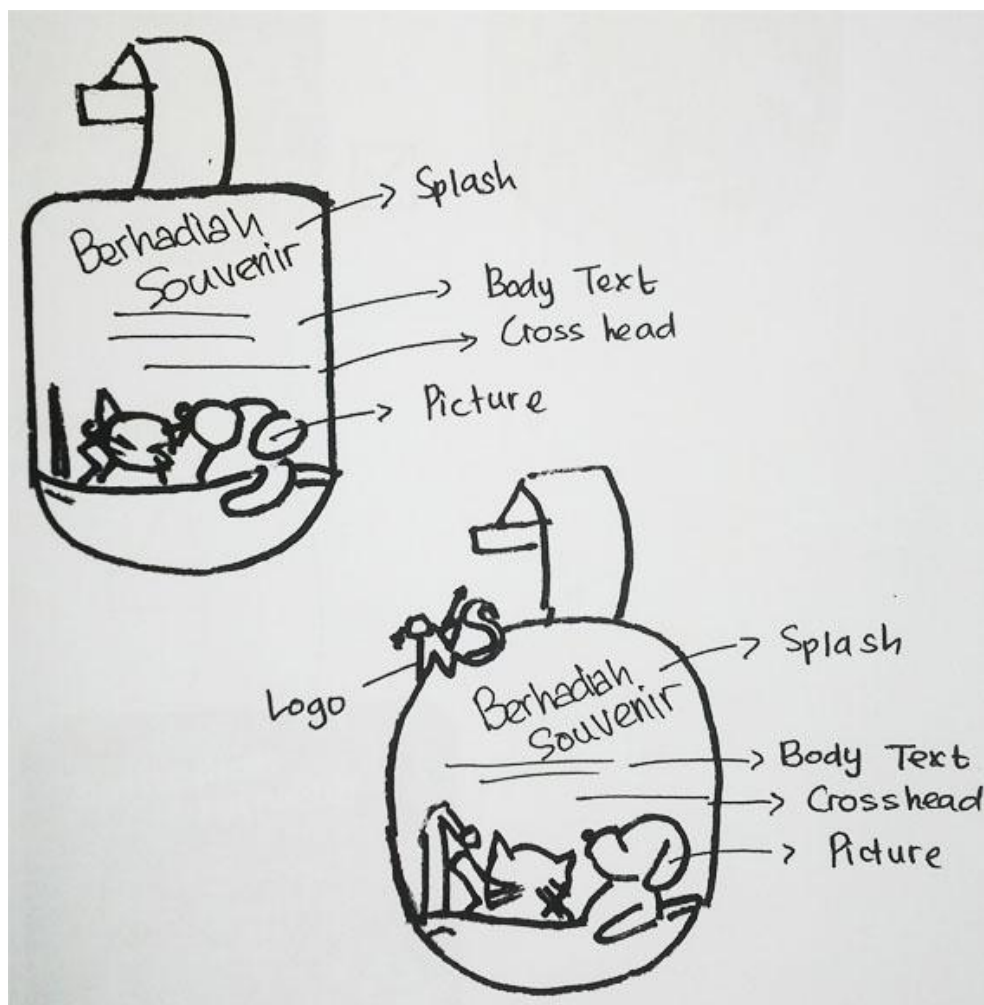
- Komposisi: Bentuk *Hanging Mobile* dengan ukuran A3 dan *background* slogan berbentuk lengkung mengikuti susunan logo dengan tujuan memberikan daya tarik pelihat. Penggunaan tipografi pada kata slogan “Merawat dan Melayani Tanpa Batas” menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Berlin Sans FB Demi termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi

adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 9. Media Penunjang Wobbler1

### a. Wobbler1

#### 1) Layout Kasar



Gambar XLVII: Layout Kasar Wobbler 1 (Alat Pajangan Bergerak di rak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar XLVIII: Pemilihan Desain *Wobbler* 1(Alat Pajangan Bergerak di rak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 3) Desain terpilih



Gambar XLIX: Desain terpilih *Wobbler*1(Alat Pajangan Bergerak di rak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *Wobbler1*
2. Ukuran : 8 cm x 10 cm
3. Format : Portrait
4. Bahan : Kertas Krungkut
5. Verbal :

a. Teks: Berupa kalimat poster.

Teks antara lain:

- *Splash*: Berhadiah Souvenir!!! (Berlin Sans FB Demi)
- *Body Text Copy*: Sudah 5 x grooming? Atau sudah 10 x grooming? (Arial )
- *Crosshead*: Tunjukan kartu *grooming* Anda...(Arial )

b. Visualisasi:

- Ilustrasi: Poster Informasi Terbaru 1 terdapat ilustrasi gambar kucing dan anjing sedang menggosok badan atau mandi di dalam *bathtub* diciptakan sebagai pelayanan salon hewan (*grooming*) artinya poster menceritakan informasi baru tentang iklan *grooming*. Kata “Berhadiah *Souvenir*” berfungsi sebagai unsur atau sarana untuk mengejutkan pembaca.

- Warna: *Background* menggunakan gradasi komponen warna *blue violet* dan *deep blue*. Bagian tengah ada gambar kucing berwarna oranye dan anjing berwarna coklat tua dan muda sedang menggosok bulu dengan sikat di *bathtub* berwarna abu-abu.

- Komposisi: *Background* menggunakan gradasi komponen warna *blue violet* dan *deep blue* sebagai warna khas unggu Klinik Hewan Mitra Satwa. Di tengah komposisi poster terdapat gambar kucing berwarna oranye dan anjing berwarna



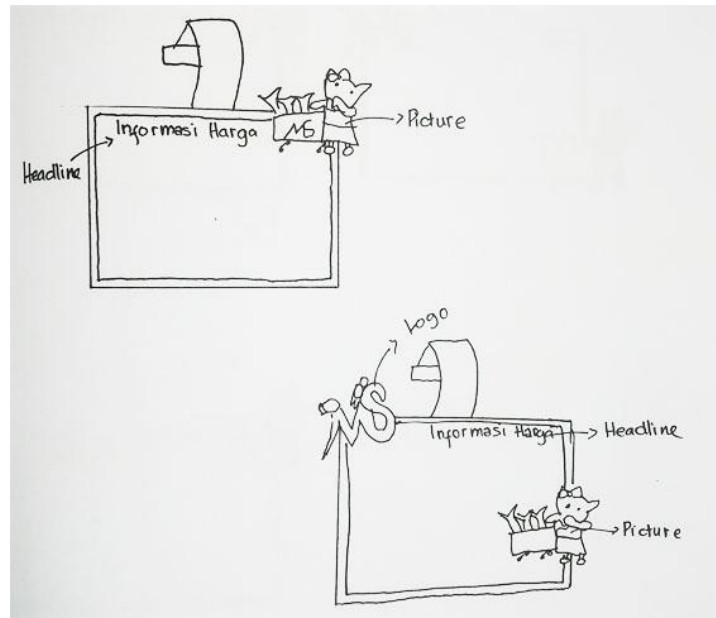
coklat tua dan muda sedang menggosok bulu dengan sikat di *bathtub* berwarna abu-abu, memberi makna sebagai aktivitas *grooming* dan setiap hewan di-*grooming* akan mendapatkan hadiah souvenir. Bagian bawah terdapat teks pertanyaan dengan tujuan bertanya kepada pembaca yang ingin mendapatkan *souvenir* cantik. Tiap teks pertanyaan diberi tanda silang diciptakan sebagai tanda harapan kepada konsumen untuk melakukan 5 x atau 10 x *grooming* jika konsumen ingin mendapatkan hadiah *souvenir*.

Penggunaan tipografi pada kata *splash* “ Merawat & Melayani Tanpa Batas” menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Arial digunakan pada *body text* *copy*. Kedua huruf Berlin Sans FB Demi dan Arial termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 10. Media Penunjang Wobbler 2

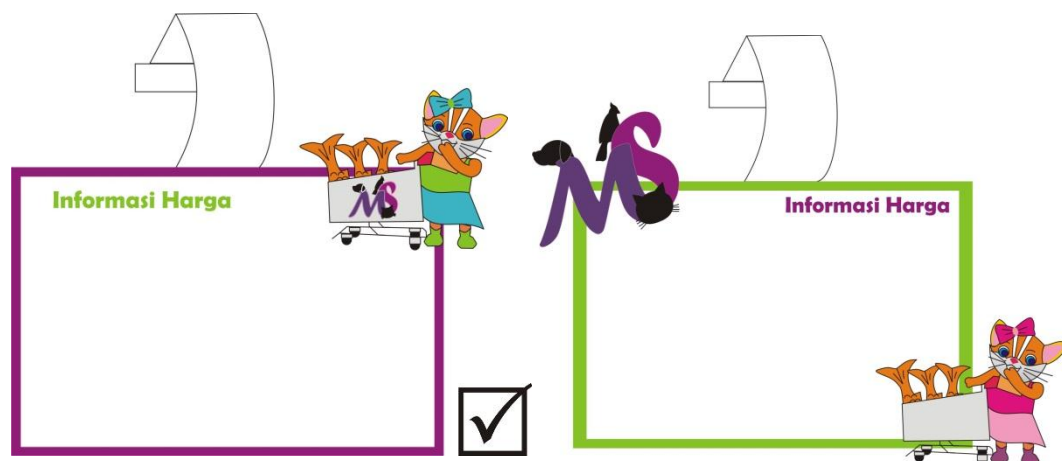
### a. Wobbler 2

#### 1) Layout Kasar



Gambar L: Layout Kasar Wobbler 2 (Alat Pajangan Bergerak di rak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

#### 2) Pemilihan Desain



Gambar LI: Pemilihan Desain Wobbler 2 (Alat Pajangan Bergerak di rak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

### 3) Desain terpilih



Gambar LII: Desain terpilih *Wobbler*2(Alat Pajangan Bergerak di rak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *Wobbler*

2. Ukuran : 15 cm x 12cm

3. Format : Landscape

4. Bahan : Kertas Krungkut

5. Verbal :

a. Teks: *Body Text Copy*: Informasi Harga (Arial)

b. Visualisasi:

- Ilustrasi: Bagian atas pojok kanan, terdapat ilustrasi gambar kucing abysinian sedang memegang troli belanja sambil ketawa, mengartikan simbol harga penjualan sekaligus sebagai daya tarik pembaca.

- Warna: *Full colour* dengan komponen warna putih, ungu, biru, hijau muda, oranye dan abu-abu

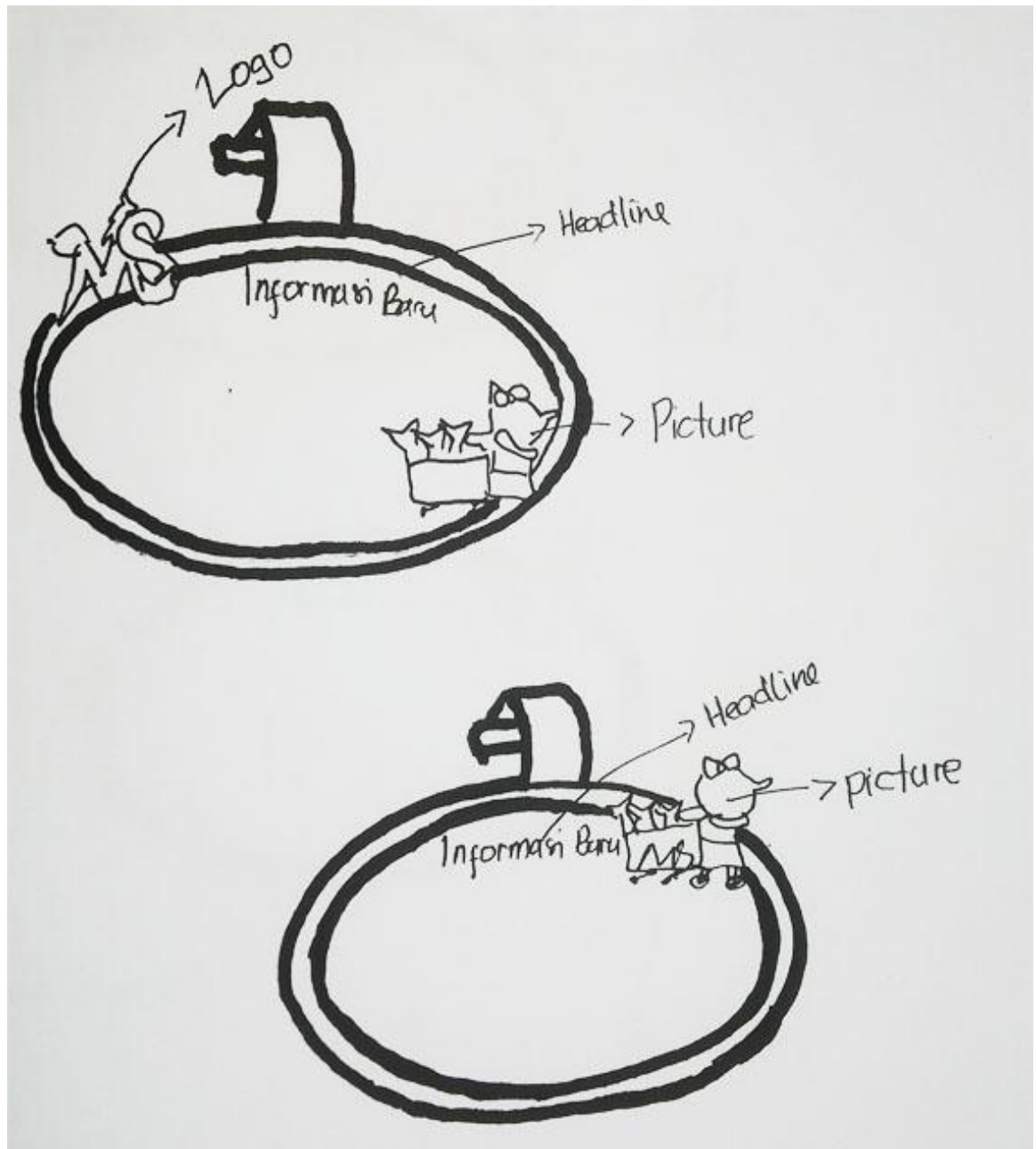
- Komposisi: *Background* menggunakan warna putih polos dengan tujuan agar bisa diisi dengan spidol warna sesuai keinginan untuk menulis informasi baru tentang harga. Bagian atas pojok kanan, terdapat gambar kucing abysinian sedang memegang troli belanja sambil ketawa, mengartikan simbol harga penjualan sekaligus sebagai daya tarik pembaca.

Penggunaan tipografi pada kata “Informasi Harga” menggunakan huruf Arial. Huruf Arial termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 11. Media Penunjang Wobbler 3

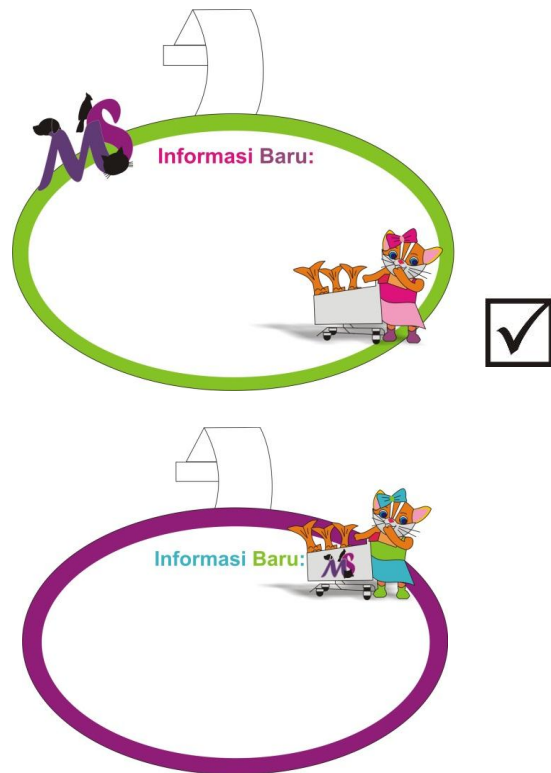
### a. Wobbler3

#### 1) Layout Kasar



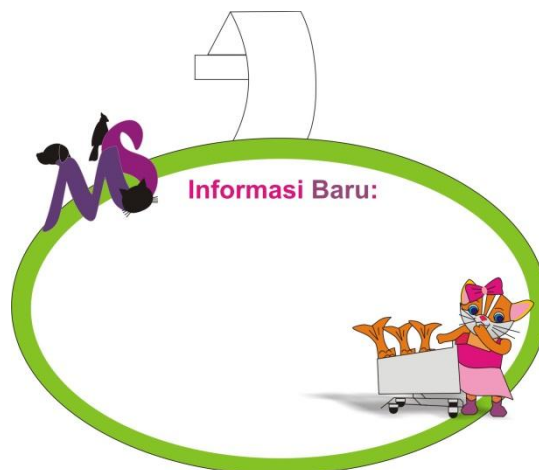
Gambar LIII: Layout Kasar Wobbler 3 (Alat Pajangan Bergerak di rak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar LIV: Pemilihan Desain *Wobbler 2* (Alat Pajangan Bergerak di rak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 3) Desain terpilih



Gambar LV: Desain terpilih *Wobbler 3* (Alat Pajangan Bergerak di rak)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *Wobbler*
2. Ukuran : 15 cm x 12cm
3. Format : *Landscape*( Lonjong )
4. Bahan : Kertas Krungkut
5. Verbal :
- a. Teks : *Body Text Copy*: Informasi Baru( Arial)

b. Visualisasi:

- Ilustrasi: Bagian bawah pojok kanan, terdapat gambar kucing abysinian sedang memegang troli belanja sambil ketawa, mengartikan simbol harga penjualan sekaligus sebagai daya tarik pembaca. Kemudian bagian atas pojok kiri, terdapat gambar logo Klinik Hewan Mitra Satwa, mengartikan informasi terbaru merupakan informasi dari Klinik Hewan Mitra Satwa.

- Warna: *Background* menggunakan warna putih polos dengan tujuan agar bisa diisi dengan spidol warna sesuai keinginan untuk menulis informasi baru. *Full colour* dengan komponen warna putih, hijau muda, oranye, merah muda, *magenta* dan abu-abu

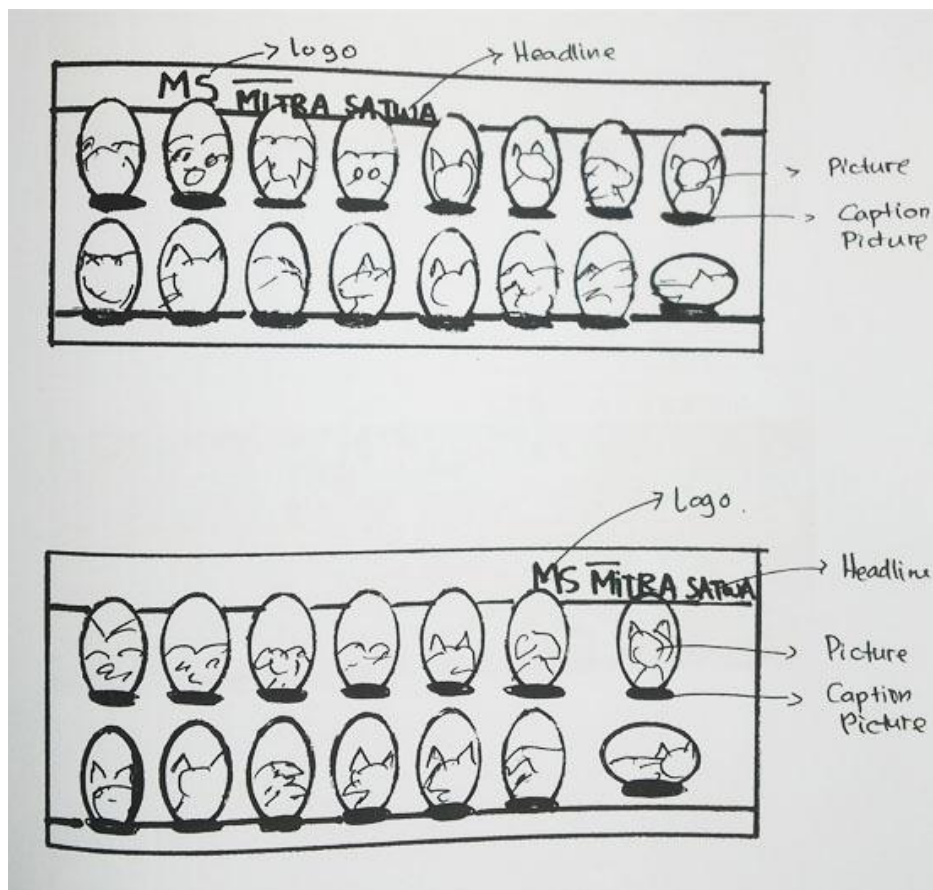
- Komposisi: Menggunakan format *landscape* berbentuk lonjong. Pembagian ruang dibuat kesan sederhana dan formal agar terlihat lebih jelas. Bagian bawah pojok kanan, terdapat gambar kucing abysinian sedang memegang troli belanja sambil ketawa, mengartikan simbol harga penjualan sekaligus sebagai daya tarik pembaca. Kemudian bagian atas pojok kiri, terdapat gambar logo Klinik Hewan Mitra Satwa, mengartikan informasi terbaru merupakan informasi dari Klinik Hewan Mitra Satwa.

Penggunaan tipografi pada kata “Informasi Baru” menggunakan huruf Arial. Huruf Arial termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 12. Media Penunjang *Souvenir*

### a. *Souvenir Mug Original (Cangkir)*

#### 1) *Layout Kasar*



Gambar LVI: *Layout Kasar Mug Original (Cangkir)*  
(Sumber: Zheitta: 2013)



## 2) Pemilihan Desain



Gambar LVII: Pemilihan Desain *Mug Original* (Cangkir)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

### 3) Desain terpilih



Gambar LVIII: Desain terpilih *Mug Original* (Cangkir)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *Mug Original*
2. Ukuran : 20 cm x 8 cm
3. Format : Landscape
4. Bahan : *Digital Printing*

5. Verbal :

a. Teks :

Teks antara lain:

- Identitas : Logo dan Nama Perusahaan

- *Body Text Copy*: Jenis-jenis anjing Chow-chow, Poodle, Shitzu, Toy Fox Terrier, Siberian Husky, Rottweiler, Labrador, Pekingese, Chihuahua, Maltese, Herder, Collie, Bulldog, Pomeranian

b. Visualisasi:

- Ilustrasi: Bagian atas terdapat logo. Bagian tengah beberapa gambar jenis anjing dalam *frame* bentuk lonjong dan diberi nama jenis anjing dengan tujuan mengenalkan nama-nama jenis anjing kepada pembaca.

- Warna: *Full colour* dengan komponen warna *chartreuse* (hijau muda), putih, *deep river* (ungu tua), dan kuning. *Background* menggunakan warna *chartreuse* (hijau muda). Bagian atas diberi warna putih serta logo identitas dan bawah diberi warna *deep river* (ungu tua).

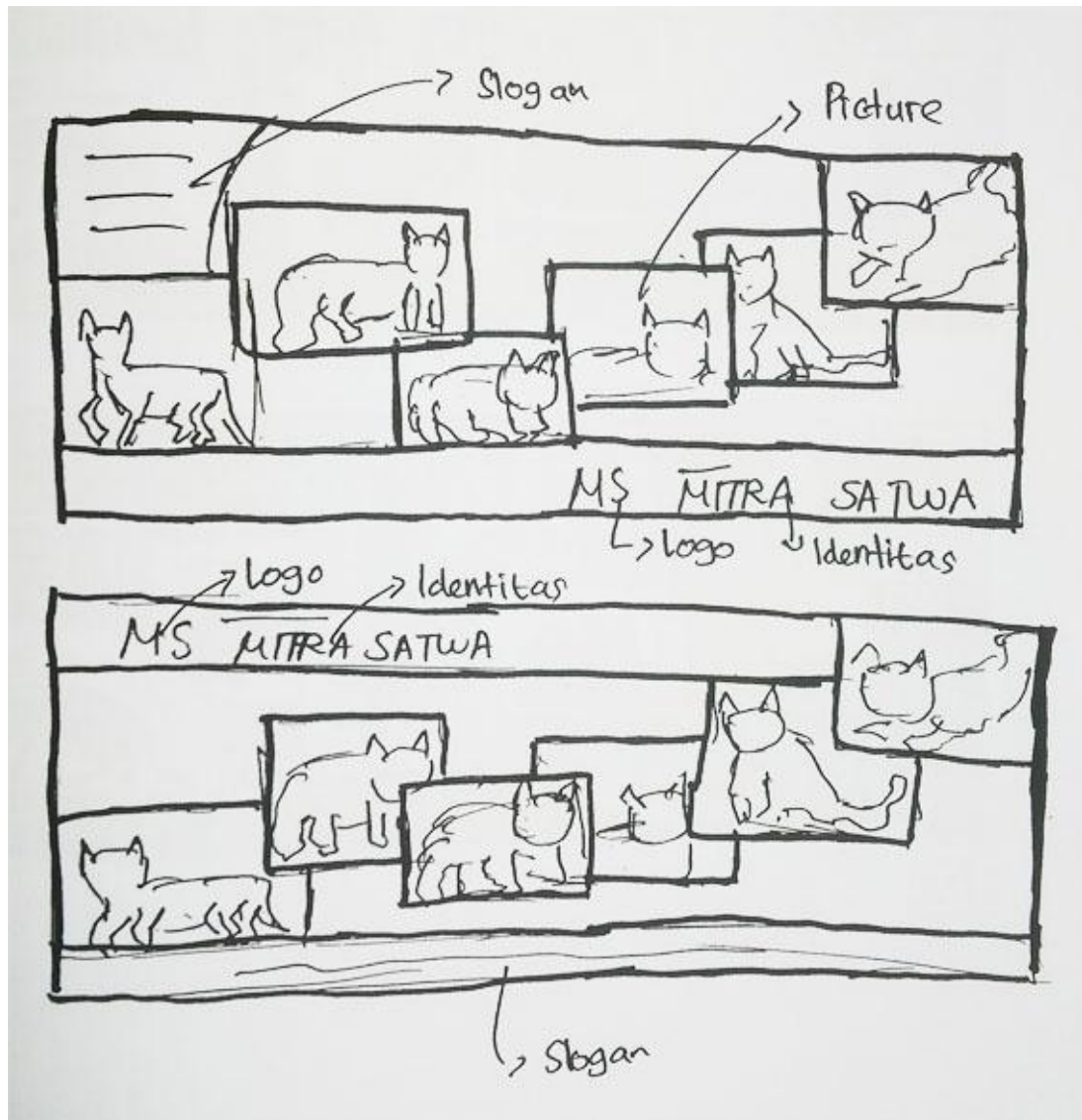
- Komposisi: Menggunakan format *landscape* berbentuk persegi panjang. Pembagian ruang dibuat kesan sederhana dan formal agar terlihat lebih jelas. Bagian atas terdapat logo. Bagian tengah beberapa gambar jenis anjing dalam *frame* bentuk lonjong dan diberi nama jenis anjing dengan tujuan mengenalkan nama-nama jenis anjing kepada pembaca.

Penggunaan tipografi pada *body text copy* tentang jenis-jenis anjing menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Berlin Sans FB Demi termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

### 13. Media Penunjang Souvenir

#### a. Souvenir MugBambu

##### 1) Layout Kasar



Gambar LVIX: Layout Kasar Mug Bambu(Cangkir Bambu)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar LX: Pemilihan Desain Mug Bambu(Cangkir Bambu)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 3) Desain terpilih



Gambar LXI: Desain terpilih *Mug Bambu* (Cangkir Bambu)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *MugBambu*
2. Ukuran : 21 cm x 9 cm
3. Format : *Landscape*
4. Bahan : *Digital Printing*
5. Verbal :
- a. Teks :

Teks antara lain:

- Identitas: Logo dan Nama Perusahaan
- *Body Text Copy*: Jenis-jenis kucing Abyssinian, Manx, Maine Coon, Persian, Siamese, dan American Shorthair
- b. Visualisasi:
  - Ilustrasi: Bagian atas dan bawah diberi warna hijau dengan komponen ukuran C: 30, M:0, Y:93, K:0. Bagian atas diberi identitas logo dan nama dan bagian bawah

diberi slogan “Merawat & Melayani Tanpa Batas”. Bagian tengah beberapa gambar jenis kucing dalam *frame* bentuk persegi panjang dan diberi nama jenis kucing dengan tujuan mengenalkan nama-nama jenis kucing kepada pembaca.

- Warna: *Full colour* warna *deep azure*(ungu tua), *blue violet* (ungu muda), hijau dengan komponen ukuran C: 30, M:0, Y:93, K:0, kuning dan putih. *Background* menggunakan gradasi dari komponen warna *deep azure*(ungu tua) dan *blue violet* (ungu muda). Bagian atas dan bawah diberi warna hijau dengan komponen ukuran C: 30, M:0, Y:93, K:0.

- Komposisi: Menggunakan format *landscape* berbentuk persegi panjang. Pembagian ruang dibuat kesan sederhana dan formal agar terlihat lebih jelas. Bagian atas diberi identitas logo dan nama dan bagian bawah diberi slogan “Merawat & Melayani Tanpa Batas”. Bagian tengah beberapa gambar jenis kucing dalam *frame* bentuk persegi panjang dan diberi nama jenis kucing dengan tujuan mengenalkan nama-nama jenis kucing kepada pembaca.

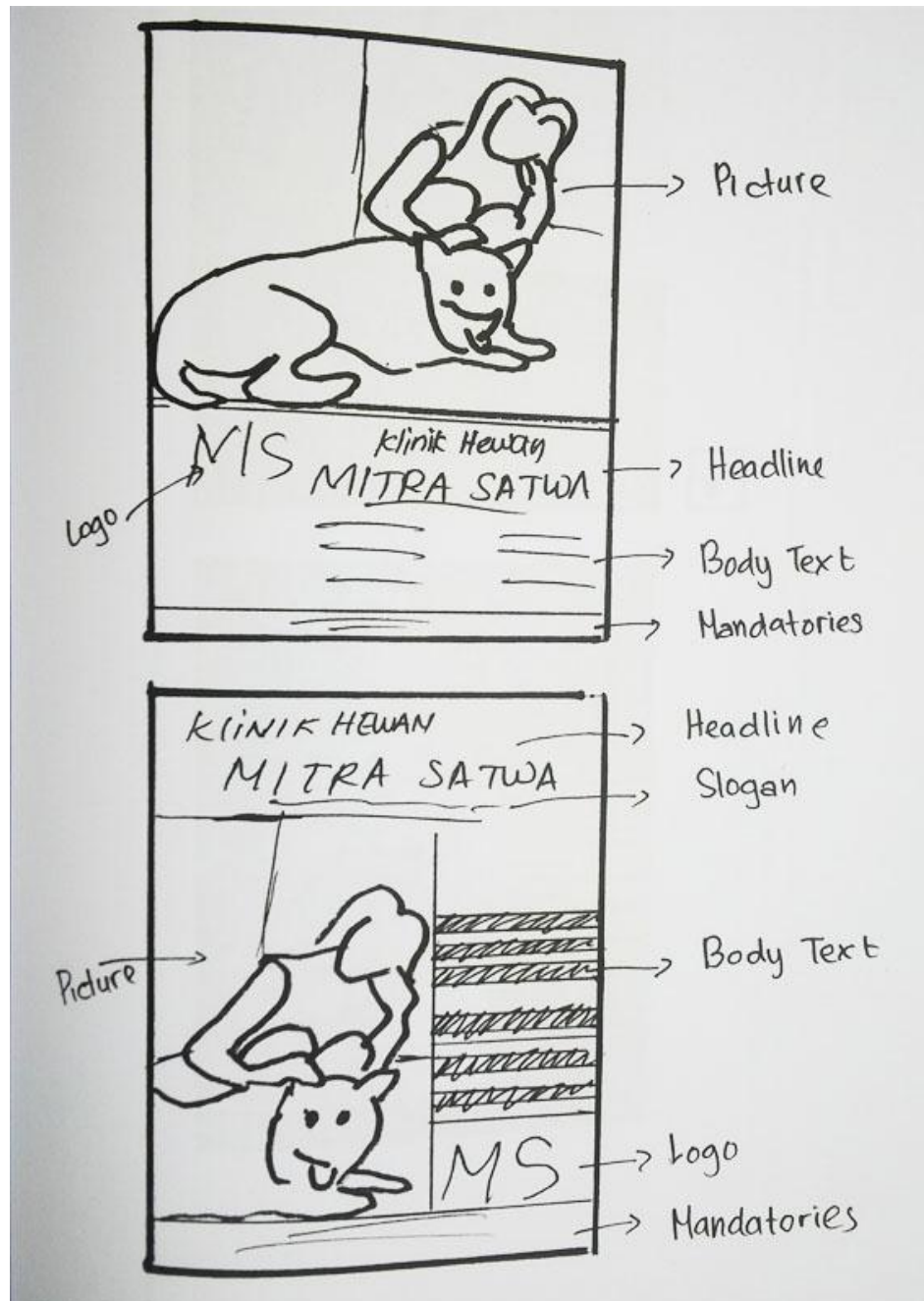
Penggunaan tipografi pada *body text copy* tentang jenis-jenis kucing menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Berlin Sans FB Demi termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.



## 14. Media Penunjang Souvenir

### a. Souvenir Tumbler

#### 1) Layout Kasar



Gambar LXII: Layout Kasar Tumbler (Gelas)  
(Sumber: Zheitta: 2013)



## 2) Pemilihan Desain



Gambar LXIII: Pemilihan Desain *Tumbler* (Gelas)  
 (Sumber: Zheitta: 2013)

## 3) Desain terpilih



Gambar LXIV: Desain terpilih *Tumbler* (Gelas)  
 (Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *Tumbler*
2. Ukuran : 20 cm x 25 cm
3. Format : *Portrait*
4. Bahan : Kertas Krungkut
5. Verbal:

a. Teks:

Teks antara lain:

- Identitas: Logo dan Nama Perusahaan
- Slogan: Merawat & Melayani Tanpa Batas (Berlin Sans FB Demi)
- Pelayanan: Praktek dokter hewan, salon sehat (*grooming*), rawat inap, titip sehat, *pet shop*, dan *house call* ( Arial )

- *Contacts Person*: 0541-7283443, 081 255 228 93 (Arial)
- Alamat: Ruko City Town Square, Jl. DI Panjaitan KAV-16 (Arial)

b. Visualisasi:

- Ilustrasi: Bagian atas terdapat gambar perempuan sedang menelepon dengan anjing Herder, sebagai salah satu pelayanan *house call*. Bagian bawah terdapat identitas logo dan nama dan bagian bawah diberi slogan “Merawat & Melayani Tanpa Batas”, tentang pelayanan, *contact person* serta alamat.

- Warna: *Background* menggunakan gradasi dari komponen warna ukuran C: 52, M:4, Y:99, K:0. *Full colour* warna Chartreuse (hijau muda), hijau dengan komponen ukuran C: 52, M:4, Y:99, K:0, kuning dan putih.

- Komposisi: Menggunakan format *Portrait* berbentuk persegi panjang. Pembagian ruang dibuat kesan sederhana dan formal agar terlihat lebih jelas. Bagian atas terdapat gambar perempuan sedang menelepon dengan anjing Herder, sebagai salah satu pelayanan *house call*. Bagian bawah terdapat identitas logo dan nama dan bagian bawah diberi slogan “Merawat & Melayani Tanpa Batas”, tentang pelayanan, *contact person* serta alamat.

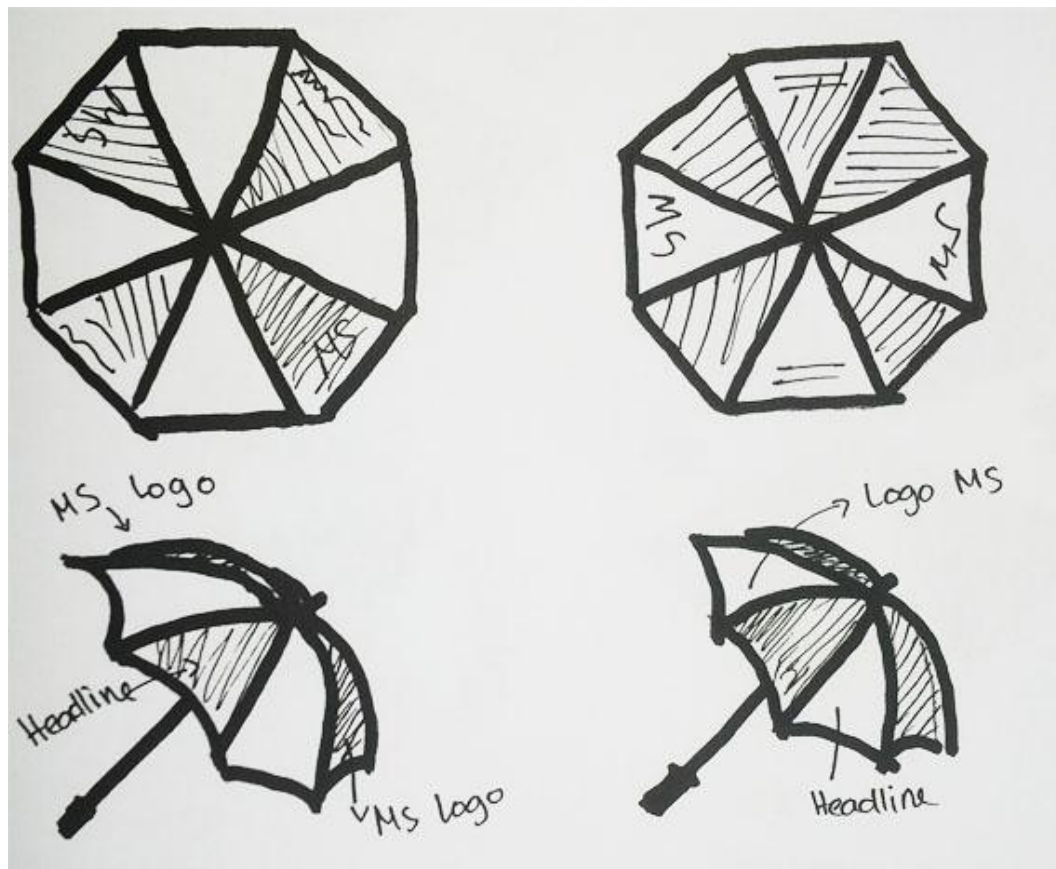
Penggunaan tipografi pada kata *splash* “ Merawat & Melayani Tanpa Batas” menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Arial digunakan pada *body text* tentang pelayanan dan *mandatories*. Kedua huruf Berlin Sans FB Demi dan Arial termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi

adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 15. Media Penunjang *Souvenir*

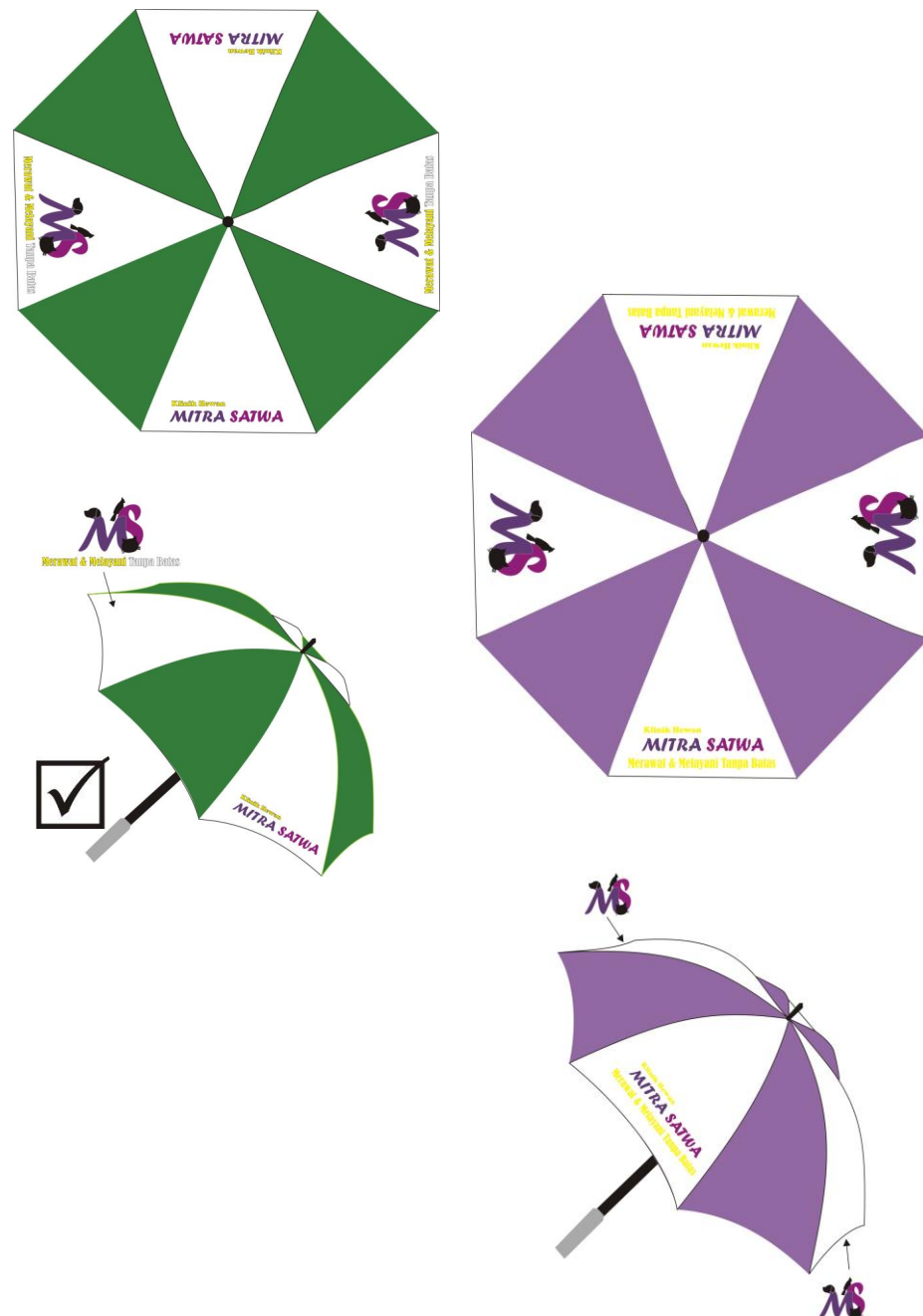
### a. *Souvenir* Payung

#### 1) *Layout* Kasar



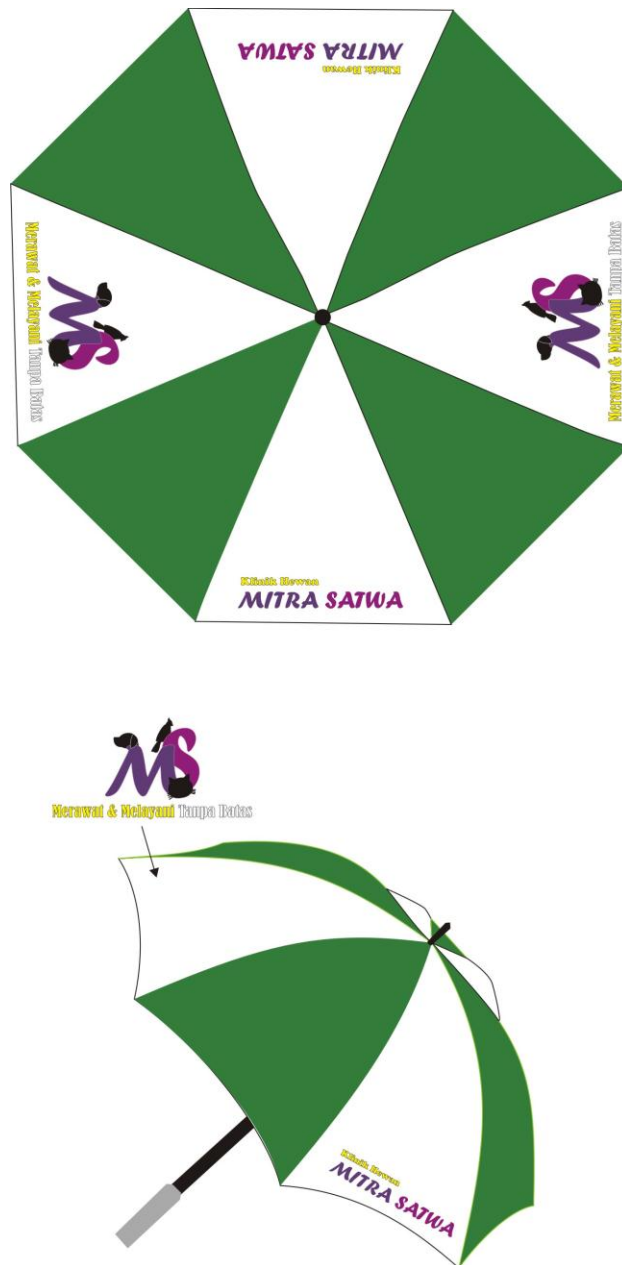
GambarLXV: *Layout* KasarPayung  
(Sumber: Zheitta: 2013)

## 2) Pemilihan Desain



Gambar LXVI: Pemilihan Desain Payung  
(Sumber: Zheitta: 2013)

### 3) Desain terpilih



Gambar LXVII: Desain terpilih Payung  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : Payung
2. Ukuran Space Desain : A4
3. Format : *Landscape*
4. Bahan : *Digital Printing*

5. Verbal :

a. Teks :

Teks antara lain:

- Identitas : Logo dan Nama Perusahaan
- Slogan : Merawat & Melayani Tanpa Batas (Berlin Sans FB Demi)

b. Visualisasi :

- Ilustrasi: Setiap 4 sisi warna putih terdapat identitas logo, nama perusahaan, dan slogan klinik hewan mitra satwa.
- Warna: *Full colour* kain warna setiap 4 sisi warna hijau muda dengan ukuran komponen C: 73, M:29, Y:75, K:1 dan 4 sisi warna putih.
- Komposisi: Menggunakan format *landscape* berbentuk persegi panjang. Pembagian ruang dibuat kesan sederhana dan formal agar terlihat lebih jelas. Penggunaan tipografi pada slogan “Merawat & Melayani Tanpa Batas” menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Berlin Sans FB Demi termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi

adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## 16. Media Penunjang Souvenir

### a. SouvenirPetbed

#### 1) Layout Kasar



Gambar LXVIII: *Layout KasarPet Bed* (Kasur Hewan)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

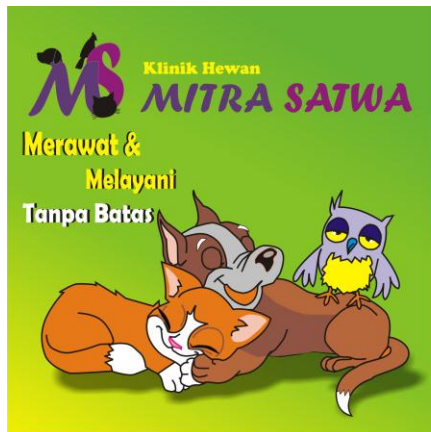


## 2) Pemilihan Desain



Gambar LXIX: Pemilihan Desain *Pet Bed* (Kasur Hewan)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

### 3) Desain terpilih



Gambar LXX: Desain terpilih *Pet Bed* (Kasur Hewan)  
(Sumber: Zheitta: 2013)

1. Nama Media : *Petbeds*
  2. Ukuran Space Desain : 20 cm x 20 cm
  3. Format : *Landscape*
  4. Bahan : *Digital Printing*
  5. Verbal :
- a. Teks :
- Teks antara lain:
- Identitas : Logo dan Nama Perusahaan

- Slogan : Merawat & Melayani Tanpa Batas (Berlin Sans FB Demi)

b. Visualisasi:

- Ilustrasi: Bagian atas terdapat identitas logo dan nama. Bagian kiri terdapat slogan “Merawat dan Melayani Tanpa Batas. Bagian tengah ada sebuah ilustrasi gambar tiga binatang, kucing, anjing, dan burung sedang tidur dengan tujuan pembaca mengerti bahwa *petbed* untuk tempat tidur hewan kesayangannya.

- Warna: Background menggunakan gradasi dari komponen warna ukuran C: 52, M:4, Y:99, K:0, hijau muda (*Chartreuse*) dan kuning. Warna ilustrasi gambar kucing adalah oranye merupakan warna yang mirip dengan kucing *Abysinian* nyata. Warna gambar anjing adalah coklat seperti warna anjing pada umumnya. Warna burung kakak tua adalah ungu dan biru, karena memberi kesan yang berbeda dari burung kakak tua aslinya.

- Komposisi: Menggunakan format *landscape* berbentuk persegi. Pembagian ruang dibuat kesan sederhana dan formal agar terlihat lebih jelas. Bagian atas terdapat identitas logo dan nama. Bagian kiri terdapat slogan “Merawat dan Melayani Tanpa Batas. Bagian tengah ada sebuah ilustrasi gambar tiga binatang, kucing, anjing, dan burung sedang tidur dengan tujuan pembaca mengerti bahwa *petbed* untuk tempat tidur hewan kesayangannya.

Penggunaan tipografi pada kata *splash* “ Merawat & Melayani Tanpa Batas” menggunakan huruf Berlin Sans FB Demi. Huruf Berlin Sans FB Demi termasuk kelompok jenis Sans Serif. Ujung huruf tanpa serif dan ketebalan pada stroke yang sama. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih moderen. Bahasa yang dapat dilihat atau dapat dibaca dan mendapatkan

kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Target sasaran kegiatan promosi adalah masyarakat Kota Samarinda – Kalimantan Timur, khususnya masyarakat yang memiliki hewan kesayangan dan unggas.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pengembangan Desain Media Promosi Klinik Hewan Mitra Satwa pada dasarnya merupakan ide penciptaan desain media promosi yang bertujuan untuk menghasilkan rancangan media promosi kesehatan hewan yang baru menjadi efektif, efisien, dan komunikatif sehingga pesan media promosi kesehatan hewan dapat mempengaruhi atau menghimbau khalayak sasaran agar menerima dan melaksanakan gagasan Klinik Hewan Mitra Satwa. Selain itu, memperkenalkan Klinik Hewan Mitra Satwa Samarinda-Kalimantan Timur di Kota Samarinda dan sekitarnya melalui hasil rancangan media promosi berupa *Sign System* (Petunjuk arah), leaflet, brosur, poster, kartu nama, *wobbler*, *hanging mobile*, dan *souvenir* cantik dengan menggunakan konsep visual verbal dan visual ilustrasi gambar tokoh-tokoh yang mewakili binatang-binatang seperti kucing, anjing, dan burung dalam media promosi serta ilustrasi foto aktivitas kegiatan dokter, karyawan, dan konsumen dengan tujuan memberi penjelasan mengenai pelayanan dan jasa Klinik Hewan Mitra Satwa. Penciptaan rancangan media promosi ini juga menggunakan metode, yakni menggambar sketsa, mendesain menggunakan CorelDraw X4 dan Adobe Photoshop CS3 kemudian rancangan telah sempurna ditindaklanjuti dengan proses percetakan *print* dengan alat *digital printing*.

## **B. Saran**

Dari hasil pembuatan media promosi untuk Klinik Hewan Mitra Satwa ini diharapkan muncul ide penciptaan pengembangan desain media promosi Klinik Hewan Mitra Satwa sebagai media komunikasi yang efektif, efisien, dan komunikatif. Media promosi ini disarankan untuk dapat tersebar dan terbaca dengan tepat oleh masyarakat di Samarinda-Kalimantan Timur. Agar tujuan perluasan sebaran atau terbacaan untuk memaksimalkan media promosi dengan kekhasan ilustrasi gambar dan warna menarik yang telah dibuat sehingga lebih memudahkan mereka dalam membujuk pelanggan agar mau memanfaatkan pelayanan Klinik Hewan Mitra Satwa.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Safanayong, Yongki. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*, Jakarta Barat: ARTE INTERMEDIA.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual –Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Mulyana, Deddy. 2009. *ILMU KOMUNIKASI Suatu Pengantar*, Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Sachari, Agus. 2005. *Metodologi Penelitian Budaya Rupa*, Jakarta: Erlangga
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: KENCANA
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Caps
- Poerwadarminta, W.J.S. 1987. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Oxford University Press. 2005. *Oxford Ensiklopedi Pelajar*, Jakarta: PT. Widyadara
- Haryanto. 2006. *Sains Jilid 3 Untuk Kelas III*, Jakarta: Erlangga

### Internet:

<http://www.artikata.com/arti-367883-pengembangan.html>  
diunduh tanggal 19 Februari 2013

Karthadinata, Dewa Made. 2005 “ Studi Tentang Pengembangan Desain Kerajinan Keramik Desa Mayong Lor Jepara”.  
[journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/1400/](http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/1400/)  
diunduh tanggal 22 Februari 2013

- Oktidinata, “Definisi Rumah Sakit Menurut Keputusan Menteri Republik Indonesia Nomor 983” <http://www.scribd.com/doc/40007030/Definisi-Rumah-Sakit-Menurut-Keputusan-Menteri-Republik-Indonesia-Nomor-983> diunduh tanggal 02 Januari 2013
- Architecturethory, “Perancangan Dan Proses Perancangan” <http://www.scribd.com/doc/57675010/Perancangan-Dan-Proses-Perancangan> diunduh tanggal 28 Januari 2013
- Santoso, Ade U. “Pengertian Fungsi Unsur Desain Grafis” <http://www.scribd.com/doc/20828573/Pengertian-Fungsi-Unsur-Desain-Grafis> diunduh tanggal 09 Januari 2013
- <http://www.ilki-online.org/dokumen/peraturan/pmkno028th2011ttgklinik.pdf> diunduh tanggal 28 Januari 2013
- [www.KamusBahasaIndonesia.org](http://www.KamusBahasaIndonesia.org) diunduh tanggal 16 Januari 2013
- P. Radly. “Pengertian Profesi Kedokteran Hewan” <http://kedok-hewan.blogspot.com/2012/06/pengertian-profesi-kedokteran-hewan.html> diunduh 28 Januari 2013
- Post Kaltim, 2013. “Ajak Bersahabat Dengan Reptil” <http://www.kaltimpost.co.id/berita/detail/7531/ajak-bersahabat-dengan-reptil.html> diunduh tanggal 4 Februari 2013
- [http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/529/jbptunikompp-gdl-akhmadrama-26417-5-unikom\\_a-i.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/529/jbptunikompp-gdl-akhmadrama-26417-5-unikom_a-i.pdf) diunduh tanggal 7 Februari 2013



**Pedoman dan Jawaban**  
**Wawancara dengan drh. Wafiatiningsih, M.P**

1. *Klinik Hewan Mitra Satwa didirikan mulai kapan? Bisa menjelaskan arti nama Mitra Satwa?*

Mitra Satwa berdiri tgl 1 juni 2012. Mitra artinya teman. Jadi diharapkan, mitra satwa akan menjadi teman/pendamping dari satwa

2. *Mengapa Mitra Satwa memiliki warna khas yakni ungu dan hijau? Bagaimana penjelasan dan makna logo yang dimiliki Mitra Satwa?*

Kami menggunakan warna ungu, sebagai simbol dari kedokteran hewan dan hijau yang dapat diartikan sebagai energi. Harapan kami, kami bisa memberi energi yang baik selama mendampingi hewan-hewan di Klinik Hewan Mitra Satwa.

Untuk Logo, MS singkatan dari Mitra Satwa dan ada tiga jenis hewan yang kami selalu layani yakni anjing, kucing, dan burung. Itulah sebabnya ketiga hewan ini ikut berperan dalam logo Mitra Satwa.

3. *Tujuan dan manfaat Klinik Hewan Mitra Satwa?*

Tujuan didirikannya klinik hewan kami adalah ingin meningkatkan kesejahteraan hewan. Klinik kami memiliki salon hewan, *pet shop*, dan klinik hewan. Hal ini tentunya bermanfaat bagi hewan guna meningkatkan standar kehidupan mereka.

4. *Bagaimana dengan produk/jasa yang diberikan di Mitra Satwa?*

- a. *Praktek Dokter Hewan:*

Melayani penyembuhan untuk hewan yang sakit. Hal ini mencakup konsultasi kesehatan, konsultasi penyakit hewan, pemberian vaksinasi, dan operasi.

Kami juga menyediakan ruang rawat inap yang disesuaikan dengan

penyakitnya. Dalam hal ini kami juga menyediakan ruang isolasi. Selain itu, kami juga memberi jasa pelayanan pemakaman untuk hewan yang mati.

b. Rawat Inap

Kami membuka layanan dan memberi tempat bagi pasien hewan untuk rawat inap di Klinik Hewan Mitra Satwa

c. Titip Sehat

Kami memberi jasa kepada konsumen dalam bentuk tempat penitipan hewan. Semacam hotel untuk hewan.

d. Salon hewan

Untuk salon hewan ini kami melayani *grooming* (basah atau kering), *grooming* dengan obat jamur atau kutu, potong bulu/kuku, membersihkan telinga, membersihkan karang gigi, dan perawatan kulit binatang.

e. *Pet Shop*

Kami menyediakan keperluan pakan hewan yang disesuaikan dengan status kesehatan hewan, pasir untuk penampung kotoran, berbagai kebutuhan kandang, serta aksesoris-aksesories untuk keperluan hewan.

5. *Apa saja media promosi Mitra Satwa yang utama?*

Kami baru menggunakan media promosi Spanduk Promo, Brosur, Poster, dan Reklame.

6. *Media promosi apa yang diharapkan ada untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang jasa/penjualan di Klinik Hewan Mitara Satwa?*

Kami ingin membuat dan memiliki petunjuk arah pemberi informasi lokasi Klinik Hewan Mitra Satwa, karena saat ini kami belum punya petunjuk arah. Selain itu kami juga ingin menyebarkan leaflet tentang klinik kami yang akan disediakan pada konsumen. Hal ini penting agar konsumen dapat mengerti banyak dan lebih detil mengenai Klinik Hewan Mitra Satwa. Kami juga berharap memiliki kartu nama yang unik agar mudah diingat orang serta souvenir-souvenir untuk konsumen setiap kali hewan peliharaannya di-*grooming*.

7. *Omzet perhasilan Klinik Hewan Mitra satwa berapa?*

Dari aliran dana usaha sebesar Rp 25.000.000,00 hingga Rp 30.000.000,00 per bulan, diperoleh keuntungan kotor sebesar Rp 11.000.000,00 hingga Rp 12.000.000,00. Pendapatan kotor ini digunakan untuk menggaji dua karyawan sebesar Rp 3.500.000,00, gaji dokter sebesar Rp 3.000.000,00, pembelian barang habis pakai (sabun, shampoo, dll) sebesar Rp 300.000,00, sewa ruko sebesar Rp 1.750.000,00, serta pembayaran listrik dan air sebesar Rp 500.000,00.

# FOTO / GAMBAR

## OBSERVASI KLINIK HEWAN MITRA SATWA

### SAMARINDA-KALIMANTAN TIMUR

22-31 JANUARI 2013

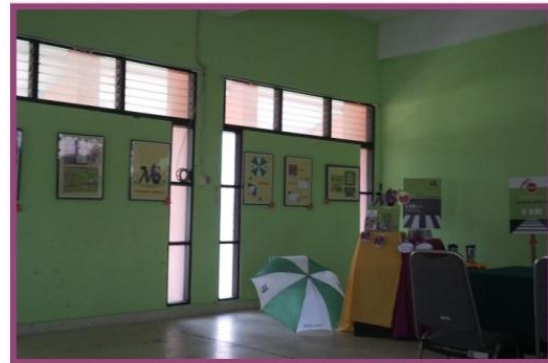


**FOTO / GAMBAR**  
**OBSERVASI KLINIK HEWAN MITRA SATWA**  
**SAMARINDA-KALIMANTAN TIMUR**  
**22-31 JANUARI 2013**





**FOTO / GAMBAR**  
**PAMERAN TUGAS AKHIR KARYA SENI**  
**PENGEMBANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI**  
**KLINIK HEWAN MITRA SATWA**  
**SAMARINDA-KALIMANTAN TIMUR**  
**10-11 FEBRUARI 2014**



**FOTO / GAMBAR**  
**PAMERAN TUGAS AKHIR KARYA SENI**  
**PENGEMBANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI**  
**KLINIK HEWAN MITRA SATWA**  
**SAMARINDA-KALIMANTAN TIMUR**  
**10-11 FEBRUARI 2014**





KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207  
Fax: (0274) 548207 <http://www.fbs.uny.ac.id/>



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207  
Fax: (0274) 548207 <http://www.fbs.uny.ac.id/>

### PERMOHONAN IJIN SURVEY/OBSERVASI/PENELITIAN

FRM/FBS/31-00  
10 Jan 2011

### PERMOHONAN IJIN SURVEY/OBSERVASI/PENELITIAN

FRM/FBS/31-00  
10 Jan 2011

Yogyakarta, 21 Januari  
2013

Kepada Yth. Kajur ..Seni Rupa.....  
FBS UNY

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Zheitta Vazza Devi No. Mhs. : 09206241009  
Jur/Prodi : Pendidikan Seni Rupa

bermaksud memohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memproses

Surat Ijin Observasi untuk penelitian Tugas Akhir dengan judul :  
Pengembangan Desain Media Promosi Klinik Hewan

Lokasi Penelitian : Klinik Hewan Mitra Satwa  
Samarinda - Kalimantan Timur

Atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Yogyakarta, 21 Januari  
2013

Kepada Yth. Kajur ..Seni Rupa.....  
FBS UNY

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Zheitta Vazza Devi No. Mhs. : 09206241009  
Jur/Prodi : Pendidikan Seni Rupa

bermaksud memohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memproses

Surat Ijin Observasi untuk penelitian Tugas Akhir dengan judul :  
Pengembangan Desain Media Promosi Klinik Hewan

Lokasi Penelitian : Klinik Hewan Mitra Satwa  
Samarinda - Kalimantan Timur

Atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,  
  
Susanto Mardono, M. Sc.

Pemohon,  
  
Zheitta Vazza Devi

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,  
  
Susanto Mardono, M. Sc.

Pemohon,  
  
Zheitta Vazza Devi





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207 Fax. (0274) 548207  
http://www.fbs.uny.ac.id//

FRM/FBS/33-01  
10 Jan 2011

Nomor : 0092f/UN.34.12/DT/I/2013  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Izin Observasi**

21 Januari 2013

Kepada Yth.  
drh. Wafiatiningsih, MP.  
di Klinik Hewan Mitra Satwa Samarinda –  
Kalimantan Timur

Kami beritahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud akan mengadakan **Observasi** untuk memperoleh data awal guna menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS)/Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)/Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul :

***Pengembangan Desain Media Promosi Klinik Hewan Mitra Satwa Samarinda – Kalimantan Timur***

Mahasiswa dimaksud adalah :

Nama : ZHEITTA VAZZA DEVI  
NIM : 09206241009  
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Seni Rupa  
Waktu Pelaksanaan : Januari 2013  
Lokasi Observasi : Klinik Hewan Mitra Satwa Samarinda – Kalimantan Timur

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

an, Dekan  
Kasubag Pendidikan FBS,  
Indun Probo Utami, S.E.  
NIP 19670704 199312 2 001



Klinik Hewan Mitra Satwa  
Ruko City Town No. 16, Jl. DI Pajaitan Samarinda - Kalimantan Timur  
Telp. 08125522893, 081348007374, 085753997350  
Fax. 0541-250239

Samarinda, 26 Januari 2013

Kepada Yth.  
Wakil Dekan I  
Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : drh. Wafiatiningsih, M.P  
Jabatan : Dokter Hewan / Pimpinan Klinik Hewan Mitra Satwa  
Alamat : Ruko City Town No. 16, Jl. DI Pajaitan Samarinda – Kalimantan Timur

Menerangkan bahwa Mahasiswi:

Nama : Zheitta Vazza Devi  
NIM : 09206241009  
Jurusan : Pendidikan Seni Rupa  
Fakultas Bahasa dan Seni – Universitas Negeri Yogyakarta

telah melakukan kegiatan survei / observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang lengkap dan akurat guna menyusun Tugas Akhir Karya Seni, dengan judul:

**Pengembangan Desain Media Promosi Klinik Hewan Mitra Satwa  
Samarinda – Kalimantan Timur**

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya dan dapat digunakan semestinya

Atas perhatiannya disampaikan terima kasih

Hormat kami,  
Pimpinan Klinik Hewan Mitra Satwa

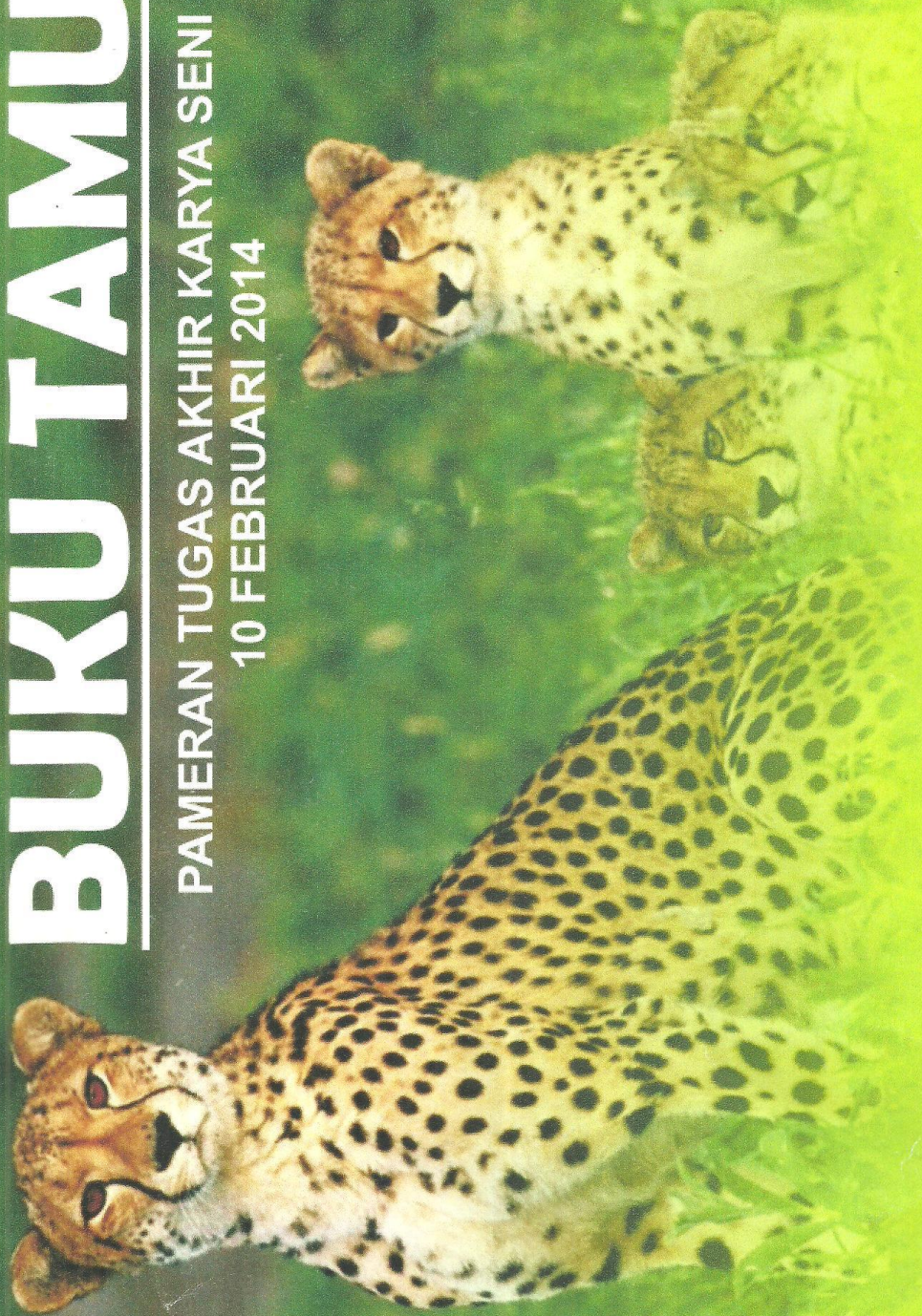
  
**MITRA SATWA**  
Ruko Citown  
Jl. DI Pajaitan Kav. 16 - Samarinda  
Telp. 08125522893, 085753997350  
drh. Wafiatiningsih, M.P

**Merawat & Melayani Tanpa Batas**



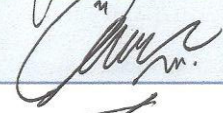



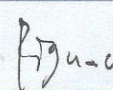
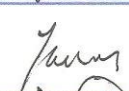
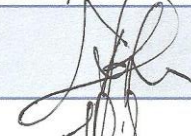
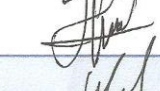
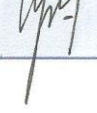





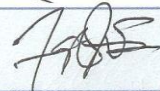
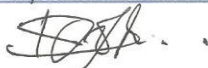
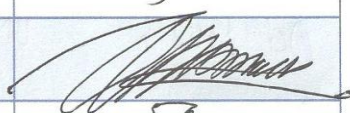


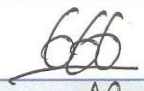
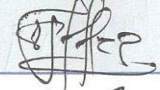
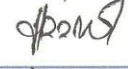

# BUKU TAMU

PAMERAN TUGAS AKHIR KARYA SENI  
10 FEBRUARI 2014





No	Nama	Alamat / Instansi	Tanda Tangan
1	DHIAN PERTIWI	UNY	
2	ANNISA	UNY	
3	LEO AGUNG	UNY	
4	SIDIK P	UNY	
5	TY B 2019	UNY	
6	D E NY YAHUD	UNY	
7	Willy piguta	UGM	
8	Yonas Jare	UST	
9	Fulhan Abrori	UNY	
10	Sofyan	UNY	
11	Hastis Syarifuddin		

12	Anif Wijayanto	UGM	
13	M. Habib muhtaroz	UNY	
14	evan	unng	
15	Feb Dhia Sanityasa	UNY	
16	diyan	unng	
17	Rizky	UNY	
18	Anbar P.	unng	
19	Winda Kartika	UST	
20	Bendhot	UNY	
21	Karso	UNY	
22	nurul	UNY	
23	Andrin	UNY	

24.	Intan	UNY
25.	Dhomas Ip	-
26.	Wahyu	UNY
27	Ika	unv
28	Timpa	#BS
29	David	UNY
30	Kecang	UNY
31	Erry	UNY
32	Mahmat	unv
33	Oci Rosidah	UNY
34	Suren	unv
35	Hendri	UNY
36	Han Kocang	Jakarta
37	Patria	UNY
38	Nawung	bugisan
39	Danik	UNY
40	Ary U.	Batal
41	FATHUR	UNY
42	Dina Imagis	UNY